Comisión de Legislación del Trabajo
S/C

Versión Taquigráfica N° 1965 de 2003

MINISTRO DE INDUSTRIA, ENERGÍA Y MINERÍA

Políticas Activas de Empleo

MINISTRO INTERINO DE TURISMO

Desarrollo del turismo fuera de temporada

Versión taquigráfica de la reunión realizada el día 23 de julio de 2003

(Sin corregir)

PRESIDEN: Señores Representantes Ricardo Falero y Nora Castro.

MIEMBROS: Señores Representantes Juan José Bentancor, Alejandro Falco y María Nelba Iriarte.

INVITADOS: Señor Ministro de Industria, Energía y Minería, e Interino de Turismo, doctor Pedro Bordaberry; señor Subsecretario, contador Roberto Acle; y asesora en informática, señora Susana Santander.

SEÑOR PRESIDENTE (Falero).- Habiendo número, está abierta la reunión.

La Comisión de Legislación del Trabajo tiene mucho gusto en recibir al señor Ministro de Industria, Energía y Minería, doctor Pedro Bordaberry, al señor Subsecretario, contador Roberto Acle y a la señora Susana Santander, asesora en informática.

Esta Comisión está realizando una serie de sesiones que apuntan esencialmente a generar los insumos necesarios con el fin de elaborar, al término de esta gestión, iniciativas o propuestas vinculadas a la necesidad imperiosa que tiene el país de disminuir su tasa de desempleo. En ese sentido, hemos encontrado muy buena acogida en cada uno de los Ministerios que hemos invitado desde el punto de vista del análisis de la problemática del desempleo. Al respecto, diría que prácticamente todas las instancias pasan por la elaboración necesaria de un proceso de desarrollo del país de carácter productivo, tanto en el área primaria como en la secundaria y del sector servicios. En ese sentido, el Parlamento en años anteriores elaboró tres o cuatro propuestas, las cuales necesitan ser desarrolladas. También sería necesario que el Ministerio tomara posición con respecto a algunas cuestiones que han sido planteadas oportunamente, y voy a mencionar tres o cuatro que me parecen importantes.

En primer lugar, la Cámara de Diputados, la Cámara de Senadores y la Asamblea General aprobaron hace aproximadamente un año un proyecto llamado Ley de Parques Industriales, cuya reglamentación estaba pendiente. En ese sentido, sería bueno saber en qué términos se encuentra dicha reglamentación, ya que nos permitiría impulsar a nivel del Gobierno Nacional y de los Gobiernos Departamentales la creación por lo menos de un parque industrial en algún lugar del país.

Hace pocos días ocurrió algo desagradable, precisamente, por no tener esta ley en pleno funcionamiento. Me refiero al conflicto planteado entre los intereses del departamento de Durazno y el de Soriano debido a la inversión de una empresa brasileña. Pienso que si hubiésemos tenido algún parque industrial desarrollado y funcionando, la discusión no se hubiera dado. Además, debemos considerar el tema de la madera y algunos otros que pueden determinar la existencia de parques industriales temáticos, pero para ello la reglamentación se hace bastante imprescindible.

En segundo lugar, debemos considerar el tema de los emprendimientos turísticos en temporada baja o fuera de temporada alta, el cual está instalado en el seno de la Comisión de Turismo de esta Cámara.

También nos parece importante analizar cómo se puede aprovechar la importante calificación que mucha gente -particularmente jóvenes- está obteniendo en el área turística en distintos lugares del país, a través de las dependencias de UTU, de escuelas privadas o de cursos que se hacen en el área de hotelería, gastronomía o de guías turísticos. Me refiero a una serie de emprendimientos importantes a nivel educativo que deberían tener -por lo menos, esa sería la aspiración de esta Comisión- su correlato en una aplicación práctica dentro del área para la cual se están preparando.

Si observamos al país en su dimensión turística -por llamarlo de alguna manera- podremos advertir que el ingreso por distintas vías de tránsito es variado, depende del turista al que nos refiramos aunque la mayoría de ellos, quizás el 70%, proviene de la República Argentina. Sería bueno conocer los corredores turísticos por los cuales ingresan, con el fin de saber si es posible generar algún tipo de infraestructura para su atención en dichos corredores. Quizás estas personas jóvenes que están capacitándose en el área, pequeñas empresas o gente del interior del país, que es por donde circulan estos turistas y donde prácticamente no existe ninguna infraestructura, puedan brindarles algún tipo de asesoramiento o de indicación. Además, hay que tener en cuenta que el turista ya no viene al país por quince o veinte días sino por una semana; por lo tanto, no puede perder tiempo en averiguar cosas. Es bueno que el turista pueda llegar al país sabiendo exactamente qué preguntar, dónde hacerlo y qué opciones tiene.

Esta serie de dudas, de interrogantes que tenemos planteadas sobre lo que hace al desarrollo tanto de la parte industrial como del turismo, ya que el desarrollo de cualquiera de estas áreas hace a una disminución en la tasa de desempleo, es lo que realmente preocupa a esta Comisión.

Cedemos la palabra al señor Ministro para conversar sobre estos temas y sobre algún otro que al él le parezca importante a los efectos de abonar en lo que es el desarrollo de estas políticas activas de empleo.

SEÑOR MINISTRO DE INDUSTRIA, ENERGÍA Y MINERÍA.- Creo que estas citaciones son siempre enriquecedoras de ida y de vuelta, para saber en qué se está trabajando acá y para que aquí se sepa en qué estamos trabajando en el Ministerio. Obviamente, nuestra vinculación es más intensa con las Comisiones de Turismo y de Industria, Energía y Minería, pero me parece bueno que los señores Diputados sepan lo que estamos haciendo y cómo es que se puede vincular con las políticas activas de empleo que se están estudiando y desarrollando.

La generación de empleo está presente no solamente en toda la parte de turismo sino también en la industria, en la energía y en la minería; en esta última actividad realmente se está trabajando bastante en la pequeña y mediana empresa, aunque quizás no tanto en otras dos Direcciones que están en el Ministerio, que son la de propiedad industrial y la de tecnología nuclear.

Si a la Comisión no le parece mal, voy a empezar por el final y a dejar la parte de la industria, de la minería y de la pequeña y mediana empresa para después, porque me parece que es sobre lo que podemos conversar quizás un poco más en profundidad.

Muchas de las cosas que planteó el señor Presidente de la Comisión en lo que refiere al turismo las tenemos preparadas en una pequeña presentación que creo que va más o menos en esa línea.

En primer lugar, antes de ingresar en el tema, me gusta dejar en claro que en el Ministerio ya no hablamos más de temporada alta y de temporada baja, sino que hablamos de temporada de verano y de temporada de invierno; es algo que debemos tener presente. Cuando hablamos de temporada alta y de temporada baja, estamos diciendo que hay una que es temporada y otra que no lo es, y el gran problema que tiene el Uruguay es, precisamente, esa gran estacionalidad; me animo a decir que tenía esa gran estacionalidad concentrada en los meses de verano, pero que por suerte en los últimos seis o siete meses es algo que se ha venido revirtiendo notoriamente, quizás no por mérito del Ministerio sino por un trabajo conjunto con los operadores privados y con los Gobiernos municipales en lo que hace a la calidad y a los precios de los servicios y a la generación de nuevos productos y de nuevos circuitos, que es a lo que hacía referencia el señor Presidente.

También es muy importante el tema de los jóvenes y de su inserción en esta actividad. Hoy está sucediendo -y estoy convencido de ello- que los jóvenes están encontrando en el turismo una forma muy importante de ocupación. Eso se vio al finalizar la temporada de verano, cuando subió el índice de desempleo; creo que fue por eso.

Cuando uno recorre los pueblos del Uruguay se encuentra con que en estos momentos hay una cantidad de gente que se está preparando para el turismo. Podría citar una infinidad de casos, pero quizás el más notorio sea el de Minas de Corrales, en Rivera. Hoy allí la fuente de trabajo es la minera San Gregorio, donde se está extrayendo oro, pero ya hay preparados dieciocho jóvenes como guías de turismo. En ese lugar se estima que dentro de dos, tres o cuatro años se dejará de extraer minerales, por lo que se lo quiere convertir en un pueblo turístico y ya están preparando a la gente para eso. También hemos encontrado esa actitud en Sauce, Santa Lucía, San Gregorio de Polanco, Tacuarembó, Salto, Paysandú, Florida, Flores, Carmelo, ni que hablar que en Melo y en Minas; realmente, la gente se está preparando y eso es un aliciente, pero también una gran responsabilidad para quienes estamos en el Ministerio.

Con respecto a los corredores turísticos, es allí precisamente donde estamos trabajando, en especial en lo que hace al destino de las inversiones incluidas en el presupuesto de inversión e infraestructura que tiene el Ministerio de Turismo. No traje hoy la información, pero con seguridad contaremos con ella el 31 de julio próximo, cuando comparezcamos ante la Comisión de Presupuestos, que nos ha llamado para que expliquemos cómo ejecutamos el presupuesto del año pasado. Cuando presentemos esta información podrán apreciar que hemos hecho una inversión en el Museo de la Revolución Industrial, en Fray Bentos, zona que es una de las cabeceras más importantes de ingreso desde la República Argentina. A su vez, hemos hecho una inversión bastante importante en promoción, folletería y circuitos en Santa Lucía, atravesada por la Ruta 11, así como también en Sauce y en Atlántida. Obviamente, hemos hecho una muy importante inversión en Piriápolis y en Punta del Este, y seguimos hacia el este, pasando por una cantidad de lugares y llegando hasta Punta del Diablo e, inclusive, La Coronilla.

También se trabaja en Colonia -donde se vuelve a hacer un enganche con Santa Lucía y Sauce-, Melo, Treinta y Tres, Minas y sus enganches, Paysandú, Valle Edén, Iporá, Minas de Corrales y Rivera.

En todo esto aplicamos el concepto comercial del supermercado. Me refiero a que cuando uno ingresa a un supermercado encuentra que la leche y la carne la ponen al final del pasillo, y todo lo que uno no quiere comprar está en las góndolas que quedan en el camino, de manera de cuando va a comprar la carne o la leche uno se tiente y compre algunas cosas a la pasada. De manera que para todos aquellos que utilizan el Uruguay inclusive como pasada para ir a otros países o algunos lugares de Uruguay para llegar a la costa en el verano, que tiene mayor atractivo, ponemos en la góndola algunos productos claramente turísticos a fin de que los compren. Esa es nuestra estrategia.

A esto hay que sumar un plan en el que estamos haciendo trabajar en forma conjunta al Ministerio de Turismo, a través de la Dirección Técnica de Turismo, a la DINAPYME, en su División de Artesanías, y a los Gobiernos municipales, a través de sus Direcciones de Turismo, así como a la Asociación de Mujeres Rurales del Uruguay y al Instituto Nacional de la Juventud. El objetivo de este plan es el reciclaje de las estaciones de AFE que hoy están semiabandonadas, pero que tienen muy buenas construcciones, a fin de convertirlas en un centro de artesanías, en un centro de información turística y de salida de guías turísticos, en un centro en el que se junte la juventud, precisamente pensando que en el turismo tienen una posibilidad, y en el que la Asociación de Mujeres Rurales del Uruguay pueda ofrecer sus productos.

En ese sentido, hemos seleccionado tres de una larga lista de estaciones. Una de ellas es la de San José, por su fabulosa ubicación sobre la Ruta 11, por la que pasan miles de turistas en el verano; otra es la de Durazno, que está a media cuadra de un centro comercial que se está formando a partir de una nueva terminal de ómnibus; y la de Salto, que está ubicada a una cuadra del shopping center de Salto, que constituye otro atractivo. Hemos comenzado por estos lugares que forman parte de una lista, y a través de los cuales estamos uniendo todas esas direcciones.

La verdad es que esta es la primera vez que hacemos público este plan que va, precisamente, en la misma dirección de lo que indicaba el señor Presidente.

Me gustaría hacer un par de puntualizaciones. En primer lugar, quiero señalar que esto no es improvisado, sino que tanto en el área del turismo como en el de industria tenemos un plan y una estrategia que estamos ejecutando. En el caso del turismo, este plan y esta estrategia fueron elaborados en el mes de octubre del año pasado, además del plan general, junto con los técnicos del Ministerio. Si están de acuerdo, a grandes rasgos se los haré conocer a través de las imágenes que proyectaremos. Por supuesto, si desean hacernos alguna pregunta o detenernos, estamos a las órdenes.

Lo que estamos apreciando corresponde a la estrategia para el año 2002-2003 en la temporada de verano, y para el año 2003 en la temporada de invierno. No vamos a señalar los detalles porque, obviamente, sería muy largo y aburrido; solo vamos a referirnos a los grandes ítemes. No haremos referencia a la estrategia del verano porque ya terminó, y la exposición podría ser un poco larga.

Con respecto al año 2003, nos referiremos al desarrollo y gestión de productos y subproductos turísticos -que es a lo que apuntaba la pregunta del señor Presidente-, a los mercados que atacamos, a la promoción y a la medición.

En cuanto a los objetivos del año 2003, en primer lugar tenemos el posicionamiento de la marca país "Uruguay Natural". Todo país que se precie debe tener una marca; todo producto comercial que se precie y se quiera vender debe tener una marca. Todos los países la tienen; algunos tienen nombres más fuertes, otros menos fuertes. Para lograr esta marca país no trabajamos solamente en el Ministerio, sino que consultamos a una cantidad de personas e instituciones -alrededor de ciento cincuenta- a las que pedimos su opinión: Ministros, legisladores, presidentes de Cámaras gremiales, PIT-CNT, Cámara de Industria, Cámara de Comercio, actores, actrices, embajadores y una cantidad de formadores de opinión. Todos ellos opinaron acerca de qué teníamos que comunicar, qué colores utilizar, etcétera. Fue así que llegamos a esta marca "Uruguay Natural", ya constituida el año anterior y que este año debemos posicionar, lo que constituye otro objetivo.

Otros de los objetivos son el incremento de llegadas y de circulación interna, el desarrollo de nuevos productos y subproductos, la cuantificación y medición, el acceso a nuevos mercados y el crecimiento en los ya existentes.

Para posicionar la marca, primero debemos terminar de hacerlo internamente. Ese es un trabajo encargado por el Ministerio de Turismo, pero tratamos que la marca no sea del Ministerio, sino que sea una marca país, que la use todo el mundo. Quizás la hayan visto en los taxis de Montevideo; también hicimos un acuerdo con la Asociación Uruguaya de Básquetbol, de manera que pueden haberla visto en el centro del Cilindro Municipal. También se hicieron "stickers"; hemos hecho acuerdos con instituciones particulares para que la usen, con la Cámara de Industria, la Cámara de Comercio, la Cámara de Turismo, así como con asociaciones deportivas. Es decir que tratamos de que sea una marca país, que sea de todos.

Podría explayarme acerca de por qué elegimos la marca "Uruguay Natural" y el dibujo de los brazos. Esto surgió del trabajo que hicimos y de su sistematización posterior; es increíble pero creo que un 90% de las personas consultadas estuvo de acuerdo. Todo el mundo señalaba el afecto, la atención y el trato como un elemento relevante del turismo en Uruguay.

Nosotros tenemos el problema de que cuando salimos al exterior y decimos "Uruguay", enseguida nos dicen "Paraguay". Ese es un problema muy importante; como no le podemos cambiar el nombre a nuestro país -por lo menos, sin una ley-, lo que hicimos fue poner a la marca el apellido "natural".

Luego de la temporada de verano, notamos que la marca "Uruguay natural" tuvo una recordación del 90%. Hicimos un estudio de mercado y vimos que un 90% de los uruguayos en las zonas balnearias recordaban la marca; entre los argentinos había un 75%, entre los chilenos más de un 50% y, obviamente, el porcentaje era menor en los visitantes del hemisferio norte, que se situaba en algo más de 20%. En ese sentido, vamos en buen camino. Tenemos que seguir trabajando, porque si no seguimos invirtiendo en la marca, rápidamente pierde posicionamiento.

El tercer tema es el desarrollo de productos y subproductos. Ya hace un año y medio o dos que el Ministerio ha identificado qué es lo que vende el Uruguay. Inclusive, ha reestructurado internamente su propia forma de trabajar. Uruguay vende: eventos y congresos, sol y playa, ecoturismo, termas, historia y cultura.

¿Qué es lo que hemos hecho internamente? Hemos nombrado jefes de estos productos, de la misma forma que cualquier empresa tiene gerentes de línea de determinados productos. Por ejemplo, una fábrica puede tener un gerente de galletitas, uno de harina y otro de productos de torta; un banco puede tener un gerente de tarjetas de crédito, un gerente de préstamos inmobiliarios y uno de empresas. Nosotros tenemos esos gerentes y así estamos encarando estos productos. A su vez, dentro de ellos hay subproductos como la caza, la pesca, el juego, la diversión.

En cada uno de estos productos utilizamos herramientas de inversión del propio Ministerio. Es decir, nos preguntamos en cuáles de estos tenemos que invertir. Por lo general, cuando el Ministerio invierte, lo hace en los productos que carecen de mayor infraestructura turística. Si analizáramos las inversiones, podríamos ver que estamos invirtiendo mucho en ecoturismo, que estamos haciendo una inversión bastante importante en el aspecto histórico cultural, pero que no estamos haciendo una inversión grande en lo que es turismo de sol y playa, porque en ese terreno los privados han hecho una gran inversión. Estamos haciendo una inversión un poco pequeña en la zona termal, en lo que es infraestructura en sí, no en promoción, que es algo distinto. En promoción de destinos sí utilizamos y valoramos cuál de los productos le genera mayor divisas al país.

También utilizamos lo que se llama concesión de bienes del Estado. Hay gente que quizás no sabe que el Ministerio de Turismo es propietario de una cantidad de bienes. Por ejemplo, somos propietarios de una cancha de golf, de muchos hoteles, etcétera. Utilizamos los procedimientos de concesión para ver si podemos generar actividad.

El Estado tiene una cantidad de inmuebles y bienes totalmente desaprovechados, en estado de abandono y sin uso. Lo que queremos es concesionar su uso -obviamente, nunca afectando el patrimonio- para generar actividad. Así es que estamos trabajando con las islas de Lobos, Flores, las Collazo en el Santa Lucía y con el parque del salto del Penitente con la Intendencia de Lavalleja. Nos parece que hay una cantidad de bienes -que hoy están inexplotados- que los privados pueden explotar. Explotar de la única forma que, a nuestro juicio, deben ser explotados, es decir, con el ecoturismo, única forma de generar riqueza sin afectar el medio ambiente. El ecoturismo busca obtener recursos sin afectarlos, lo que se llama el turismo sustentable. Eso es lo que estamos aplicando.

También estamos trabajando en las exoneraciones impositivas para facilitar la inversión. En ese sentido el Ministerio dictó el Decreto Nº 124 de 2001, que modificó en forma bastante importante las exoneraciones impositivas de la Ley de Promoción de Inversiones para el sector turístico. En ese sentido, hace unos pocos meses hemos renovado ese decreto con el Ministerio de Economía y Finanzas por el Nº 175/03, que busca dotar de total certeza al posible inversor. Es decir, que el inversor que venga a invertir no dependa de la voluntad del Ministro o el funcionario del momento para saber si se le va a dar o no el beneficio. Yo siempre digo -un poco en broma pero también en serio- que no puede ser que quien recibe el beneficio le deba un favor al que temporariamente está sentado donde estoy yo. En realidad, si va a hacer la inversión y está dentro de la política del país, tiene derecho al beneficio y es una obligación nuestra firmarlo para que se pueda acceder a él.

En estos momentos hay muchísimo trabajo en el Uruguay en el área del turismo. Haciendo un rápido repaso, debo decir que la cadena Sheraton está construyendo un hotel cinco estrellas y 18 hoyos de golf en la zona del Real de San Carlos, en la ciudad de Colonia del Sacramento. Alrededor de 100 personas están trabajando en esa obra. Ya se ha hecho todo el relleno del lugar para hacer la cancha, el pilotaje y los cimientos.

A pocas cuadras está próximo a terminarse -dentro de dos meses- un hotel de la cadena Plaza Kempinski, ubicado a dos cuadras de la rambla de la ciudad de Colonia del Sacramento.

La cadena Barceló, que terminó el hotel hace poco más de un año en la rinconada del barrio histórico de Colonia del Sacramento, acaba de presentar un proyecto de inversión para hacer un restorán, dos cines y una sala de convenciones al lado.

El Sheraton debe llevar invertido entre US$ 15:000.000 y US$ 20:000.000 y va a completar otros US$ 10:000.000. La inversión del Plaza Kempinski no la recuerdo. El Barceló entre US$ 2:000.000 y US$ 3:000.000 y están generando trabajo.

La gente de Four Seasons, cadena americana que tiene hoy un hotel en Carmelo, acaba de presentar una inversión por US$ 29:000.000 -que lo aprobamos en quince días- para comenzar la segunda etapa de la obra que hizo y que le insumió US$ 30:000.000.

En Maldonado, el 29 de noviembre está prevista la inauguración del Hotel Cipriani por la firma Vidaplan en la zona de La Barra. Es una inversión de más de US$ 30:000.000 y hay trabajando en este momento 250 operarios y seguramente, dará trabajo a varios cientos de personas.

En aplicación de la Ley de Reactivación estamos haciendo un llamado a concesión de una licencia de un casino y un hotel cinco estrellas en Rocha, en la zona comprendida entre el balneario La Esmeralda y La Coronilla. Previamente, hicimos un llamado a expresiones de interés, al que se presentaron dos grupos. La Comisión dictaminó que los dos presentaron propuestas serias y ameritaba hacer el llamado a concesión, que creo el Ministerio firmó ayer o hoy. Los pliegos están prontos.

Así puedo seguir nombrando hoteles, como el Best Western que se está construyendo y está próximo a terminarse en la ciudad de Tacuarembó, con el sugestivo nombre de "Best Western, Carlos Gardel".

También el hotel Barceló de Arapey acaba de presentar un proyecto para construir una cancha de golf en ese lugar.

El hotel Horacio Quiroga acaba de terminar la primera etapa de la construcción del parque acuático termal más grande de Sudamérica -el cual fue inaugurado con piscina de olas, tubos, etcétera- y está dando trabajo a gente de Salto. En el llamado que estamos haciendo siempre incluimos -como en el caso de Rocha- la obligación de un 90% de ciudadanos uruguayos como empleados de los emprendimientos. Podría seguir largo rato con este tema pero me parece que los aburriría. Todo esto se haría a partir de las exoneraciones impositivas para facilitar la inversión.

Otra herramienta de desarrollo del producto es el trabajo de asistencia conjunta con los operadores. Aquí no se trata de encerrarse entre cuatro paredes y decir vamos a hacer esto. Esta tarea se ha hecho con asociaciones de hoteles, corporaciones turísticas, asociaciones gremiales, corporaciones gastronómicas. Quiere decir que se trabaja con ellos en todos los lugares y con la propia Cámara Uruguaya de Turismo en total y absoluta coordinación, porque de nada serviría que el Ministerio hiciera todo esto y que los operadores no acompañaran y no vendieran. Todo esto sirve en la medida en que los operadores efectivamente venden.

También hay un trabajo de señalética y mapas circuitos, sobre lo cual hemos traído algunos ejemplares para dejárselos.

Vamos con nuestros técnicos a distintos lugares del Uruguay, nos sentamos con la gente del lugar y con los gobiernos municipales y pedimos que nos digan ¿qué tienen de turístico? Nosotros traemos la opinión de lo que el turista podría querer ver; a partir de eso hacemos circuitos y hay guías que se preparan para ello. Luego vienen los operadores turísticos y venden ese destino.

Dejamos en poder de la Comisión un circuito al que le tenemos mucho cariño y al que le vamos a poner mucho énfasis en los meses que viene, que es el del corredor turístico del norte, que reúne a Artigas, Rivera y Tacuarembó. El mismo empieza en la Piedra Pintada y ahora tiene los "free shops" en Artigas, que toma la bajada de Pena y se mete en la cierra de La Aurora en el propio departamento de Rivera. Además tiene su carnaval y su vida de frontera en el cerro Chapeu, en Tranqueras, con todo lo que es la forestación y la sandía y lo que significa en Minas de Corrales la fiebre del oro. Este circuito que se ha hecho de la fiebre del oro sigue para Tacuarembó y sus sierras, pasando por Iporá, por la capital departamental y por el Valle Edén. Esto nos lleva a Carlos Gardel, a Irineo Leguisamo le van a hacer una conmemoración ahí, ya que nació a unas

pocas cuadras y las lenguas que andan por ahí dicen que es del mismo padre que Carlos Gardel, pero creo que debe tener muchos hermanos.

De allí sigue para abajo y va hasta San Gregorio de Polanco y Paso de los Toros. No los quiero aburrir; ese es uno de los circuitos y después hay una cantidad como, por ejemplo, el de Sauce, el de Santa Lucía, el de Arequita, el de Piriápolis, material que dejamos en poder de la Comisión para que lo vayan viendo. Y eso es tratando de que la gente del lugar, en la estrategia, genere un producto turístico que nosotros podamos promover y que nos permita llevar a los operadores para venderlo.

Les dejamos todo el material así como videos que hemos hecho de cada uno de los productos para que los vean. Los videos no son muy largos y tienen una duración de veinte minutos. Les pedimos que los vean y que lo hagan con ojos críticos.

Hemos tenido mucho apoyo ya que hicimos un negocio con el Canal 12 por el cual todas las imágenes que se grababan en unos programas pertenecen al Ministerio y nos quedamos como con ciento ochenta horas de grabación. Siempre lo reitero pero creo que por una cuestión de lealtad debo decir que Victoria Rodríguez se ofreció gratuitamente a hacernos la locución. Nos dijo que a Uruguay no le cobra y de esa manera le hemos ahorrado unos pesos en estos momentos al país.

También se fomentan los planes de excelencia. Ustedes habrán escuchado hablar del plan de excelencia de Punta del Diablo. Cuando vamos a un lugar hacemos un plan de excelencia de ese lugar, es decir, qué es lo que lo está afectando turísticamente. Trabajamos con la gente del lugar para saber qué acciones debemos tomar. El más notorio es el de Punta del Diablo, en el cual el Ministerio ha hecho una inversión bastante importante, pero junto con la gente del lugar y también de la Intendencia Municipal de Rocha hemos tirado abajo cuarenta y cinco casas sin salir en la tapa de los diarios y en acuerdo con la gente. Hemos trasladado más de cuarenta puestos de artesanos a otro lugar porque sencillamente estaban ellos y su saneamiento arriba de la playa. Conversando con la gente, con algún trabajo de paciencia y buscándole la vuelta hoy por hoy se han recuperado playas. Entre otras cosas, el plan de excelencia de Punta del Diablo llevó a que hubiera un mayor crecimiento este verano en lo que es afluencia de turismo, medido en consumo de energía eléctrica, de agua y de servicios públicos.

También hay un plan de excelencia con Santa Lucía Romántica. La ciudad de Santa Lucía está ubicada en la Ruta 11, lo cual es muy importante. Además, está Sauce, Minas de Corrales y fundamentalmente estamos trabajando en Villa Serrana con un plan de excelencia. Esta ya empezaba a mostrar algunos signos de deterioro que quizás le podían llevar -dentro de ocho, nueve o diez años- a la misma situación en que había quedado Punta del Diablo. Nos queremos anticipar a eso. En esto no estamos inventando nada sino tan solo siguiendo el plan que hizo el arquitecto Julio Vilamajó hace mucho tiempo, el cual es perfecto y que se hizo trabajando en un convenio con la Facultad de Arquitectura de la Universidad de la República, con la propia Intendencia y con la Liga de Fomento de Villa Serrana.

También estamos tratando de ponerle mucho énfasis a lo que son las fiestas locales. Nos parece que las fiestas locales son algo que identifica a los países y que no nos damos cuenta. El año pasado, en el día del patrimonio, el Ministerio participó en una sola cosa, que fue la recreación que se hizo de la toma de la fortaleza de Santa Teresa. Estamos trabajando en un ordenamiento con los gobiernos municipales sobre fiestas y calendarios. Pero hay cosas muy fuertes que van más allá no solo del desfile de llamadas o del candombe o del carnaval y que pasa por la parte gaucha, por los festivales folklóricos, por la semana del caballo en Cerro Largo, por el carnaval en la frontera, por la semana termal, la de la cerveza y una cantidad de cosas más que ya están impuestas. Esto es de la misma manera en que lo hacen todos los países del mundo; tampoco estamos inventando nada. Hace pocos días prendí el televisor y veía a Pamplona, con una cantidad de conmemoraciones que nosotros tenemos, pero un poco como desordenadas y no promocionadas.

En Tranqueras se hace una fiesta espectacular de la sandía y la forestación donde desfilan todos los que trabajan: algunos con el tractor, otros con la sierra o con el insecticida. Es decir, hay toda una serie de cosas que estamos tratando de desarrollar, porque nos parece que son importantes, con las Intendencias y con la promoción específica de parte del Ministerio de Turismo. También tenemos una promoción especial de algo que llamamos los "días de", como, por ejemplo, día del padre, día de la madre, etcétera.

En el producto ciudad y negocios hemos visto que Uruguay, coyunturalmente, tiene, hoy por hoy, una gran oportunidad. A partir de lo que fue la epidemia del Sars en Asia y los problemas que hay con el terrorismo en

el mundo entero, todos los que hacen reuniones de abogados, de médicos, de corporaciones o no de corporaciones, están huyendo a una cantidad de lugares y hoy Uruguay tiene una cantidad de beneficios. En uno de los videos van a encontrar que hay uno que se llama eventos y convenciones. Hemos trabajado con los privados y una vez por semana -hoy lo hicimos de mañana- desayunamos con Presidentes de asociaciones gremiales, de la Asociación de Traumatólogos, de abogados tributaristas, de federaciones deportivas y los transformamos en embajadores del Uruguay. Es decir, les suministramos todo el material de video, DVD, etcétera, para que vayan a proponer a Uruguay como destino de las convenciones. Este es un trabajo a largo plazo pero que tiene una base muy sólida, dada la gran cantidad de uruguayos que hay integrando asociaciones internacionales. En ese caso es excepcional. Uruguay tiene doscientos cincuenta miembros en asociaciones internacionales, Brasil cuatrocientos y Argentina más de trescientos. Tratamos de infiltrarnos - en el buen sentido de la palabra- con nuestra estrategia en esas asociaciones para que los miembros propongan a Uruguay como destino del próximo congreso al que concurrirán quinientas o mil personas. Hemos lanzado este plan hace dos meses; va a tener sus frutos dentro de uno o dos años, porque Uruguay es una de las tres mundiales del ICA -International Convention Asociation-: hay una en Kuala Lumpur, otra en Chicago y otra en Montevideo. Estamos trabajando muy fuerte para aumentar eso. Además, esto es turismo de invierno y tiene una infraestructura tremenda en la zona de la costa casi vacía y en Montevideo. Debemos aprovechar eso. Este plan se llama "Embajadores del producto". También estamos tratando con las entidades gremiales.

Estamos haciendo un banco de datos y yendo a ferias. El turismo en sí es promoción, pero ante todo es trabajar con los operadores turísticos, con las agencias que venden los destinos a los clientes. En esto entra el juego -casinos y diversión- con el aporte que ha significado para el producto turístico uruguayo y para la ciudad de Montevideo la inauguración del Hipódromo de Maroñas.

En el producto sol y playa estamos trabajando en estas cosas. Se trabaja, principalmente, en la parte de promoción, porque aquí hay una competencia muy dura con otros destinos de la región en los meses de verano. Junto con la Dirección Nacional de Medio Ambiente, estamos haciendo un programa de certificación de la calidad ambiental de las playas. Todas las playas, mediante Intendencias o ONG, se pueden presentar si cumplen determinados requisitos. Nosotros le vamos a poner una bandera y un sello, acreditando que esa playa está certificada ambientalmente. Por ende, cuando alguien vaya a una de esas playas, va a tener un plus. Ese programa está en ejecución y creo que de aquí a treinta días ya lo vamos a estar lanzando, porque queremos que se empiece a certificar con vistas al verano.

También está la caracterización del camping. Hay muchos en Uruguay, pero uno no sabe los servicios que ofrece cada uno, por lo que se está tratando de uniformizar eso. Se hará una señalización de las carreteras de los balnearios. Hicimos un relevamiento y en el Uruguay turístico faltan seiscientos cincuenta carteles que señalicen atractivos turísticos. El año pasado, junto con el Ministerio de Transporte y Obras Públicas, se colocaron trescientos cincuenta, lo que es un buen número, pero faltan trescientos más y a eso estamos apuntando.

En cuanto a todo lo que se llama amoblamiento, habrán advertido que hay determinados servicios que deben brindarse, como el acceso a la playa, ducheros, y en eso se trabaja, obviamente en coordinación con otros productos.

Creemos que Uruguay tiene que apostar al ecoturismo -junto con negocios y convenciones- durante todo el año, porque no depende del sol y la playa. El 53% de los turistas que vienen a América del Sur, lo hacen por el ecoturismo. Ese es un número muy importante. Aquí tenemos otro plan de amoblamiento; el año pasado habrán visto una torre de avistaje de ballenas. Ahora estamos haciendo "hides" para promocionar el hábitat de aves y también senderos. Hay llamados a concesión de parques, islas y otros bienes. Queremos incentivar el desarrollo de otros subproductos.

En el Parlamento se presentó un proyecto de ley relativo al turismo cinegético, que regula la caza. Esto nos parece muy importante, en especial en cuanto a los cotos de caza y a la creación de un fondo de investigación y de desarrollo. Aquí todos estamos muy contentos, porque vienen a cazar palomas, jabalíes y cotorras, ya que son plaga, pero tenemos una temporada de caza de la perdiz y hay otras especies que se cazan y no sabemos si eso se puede hacer. Entonces, es bueno que haya cotos de caza y que sepamos que cuando se dice que en determinada fecha se abre la temporada de caza de la perdiz, esa efectivamente es la fecha. Además,

podemos hacer cotos de caza, como hay en otras partes del mundo, pudiendo aplicar otros planes como el de la cría de la martineta, etcétera.

En cuanto al turismo rural, hay un proyecto muy lindo relativo a la pesca que se está ejecutando en la desembocadura del Río Negro, donde está Palmar. Estamos convirtiendo ese lugar en un destino de pesca y estamos trabajando con los pescadores artesanales que se están reconvirtiendo en guías turísticos de pesca. En ese sentido, hicimos un llamado público y estamos trabajando con un equipo de sociólogos, asistentes sociales, etcétera, porque nos parece que tenemos que prohibir la pesca artesanal en esa zona, pero al hacerlo debemos dar a los pescadores artesanales una opción de trabajo. Es muy importante saber que les pagan $ 20 los 5 kilos de pescado y, a veces, ni siquiera se los pagan en dinero, sino en gasoil. Viven en una situación precaria, cuando podrían obtener mucho más dinero llevando algún chambón a pescar donde están realmente los peces. En este sentido, hemos estado trabajando con la Federación Uruguaya de la Pesca y con la gente de UPECA, que son los observadores de aves, y hemos sacado una cantidad de ómnibus los fines de semana para que vayan a pescar ahí. El pescador cobra $ 200 al que saque a pescar y saca cinco por lancha. En un día gana $ 1.000, que es muchísimo más que lo que saca del otro lado. Cuando viene el invierno y la pesca escasea, les mandamos a los observadores de aves y los vuelven a sacar por el río

Creemos que este proyecto es muy bueno, porque va a solucionar el problema de depredación de la pesca. El pescador artesanal, ahora guía de turismo, va a cuidar que haya peces, porque cuando venga el chambón a pescar lo va a querer llevar a un lugar donde haya peces. Esto lleva a la necesidad de tener guías de pesca para sacar únicamente los peces más grandes y un control más intenso por parte de Prefectura y de la Policía. Ese es un plan de desarrollo concreto.

Además, ya se ha sumado la venta de artesanías. Este emprendimiento tiene como eje Santo Domingo-Soriano, en la desembocadura del Río Negro. Esta es una ubicación tremenda, ya que está a 300 kilómetros de Montevideo y a 250 kilómetros del Centro de Buenos Aires. En Argentina hay ochocientos mil pescadores federados que compiten en la pesca. Es un mercado enorme y nos parece que esto ataca la estacionalidad del turismo.

Por otro lado, los parques nacionales y las áreas protegidas no están utilizados; son pocos los que lo están. Están utilizados el Parque Santa Teresa y el Parque San Miguel, pero el Parque Bartolomé Hidalgo -en Soriano, en la confluencia de Río Negro, Flores y Soriano- casi no lo está. Tampoco lo está el Parque Roosevelt y una gran cantidad de parques, por lo que entendemos que debemos incentivar su uso.

También hicimos un llamado para que haya rutas y caminos, como el Camino de Santiago, en España. Ya hay un camino presentado que empieza en Punta Ballena y termina en Paysandú; recorre todo el país y ya está señalizado. Asimismo, tenemos el Camino del Caballo y la Guitarra, que nace a caballo en el Cerro Largo, se mete en el río Olimar y termina en la Sierra de Lavalleja, entre Ruben Lena en el Olimar y Chalar en las sierras. Allí, el Ministerio ha hecho inversiones concretas: la recuperación de la Posta del Chuy, en Melo, que se terminó e inauguró hace quince días; el Museo del Canto Nacional a orillas del río Olimar -junto con la Intendencia Municipal de Treinta y Tres-, que se inauguró hace un mes, y el Parador del Salto del Penitente, que se inauguró hace dos meses en ese lugar espectacular. A eso se suma una promoción, junto con los operadores y la gente del lugar.

También nos parece que tiene que haber parques temáticos. Hay varios proyectos; entre ellos, la realización de un parque temático en Treinta y Tres, en la zona de la Posta del Chuy.

En cuanto al producto histórico cultural, hemos pasado a una segunda fase. Hemos hecho inversiones muy importantes para nuestro presupuesto en algunos lugares emblemáticos, como el caso de la Calera de las Huérfanas, en Colonia, entre el Río San Juan y Carmelo. Se ha hecho toda la recuperación; se ha recuperado los cimientos, las construcciones y los hornos de cal. También se hizo una inversión muy importante en el Museo de la Revolución Industrial, en el Anglo, junto con la Intendencia Municipal de Río Negro, en Fray Bentos. Ya hice referencia a la Posta del Chuy y al Museo del Canto. No debemos dejar de invertir en la recuperación de esos lugares y promocionarlos. De nada sirve tenerlos bien si la gente no va y si no empiezan a generar dinero y trabajo.

Nos parece que tenemos una gran posibilidad en lo que refiere a algunos museos que no se han hecho, en especial al museo de los naufragios. En los últimos años se han extraído del fondo del mar una cantidad de bienes de los naufragios, de los cuales el 50% corresponde al Estado uruguayo. Nosotros promocionamos que

ese 50% se lo quede el Estado en los objetos de valor histórico y que se construya un museo. Hemos firmado un convenio con la Intendencia Municipal de Maldonado para construirlo. Junto con esa Intendencia, hicimos una exposición piloto a fines de febrero en Punta del Este: estuvo abierta dos semanas y la visitaron doce mil personas. Esto significó un tremendo atractivo.

En cuanto a la recreación de hechos históricos, hay reconstrucciones relevantes, como la toma de la Fortaleza. Queremos fomentar, junto con el Ministerio de Educación y Cultura, la creación de teatros históricos itinerantes.

Estamos brindando apoyo al señor Collado, quien está sacando un barco en la Playa Carrasco. Nos parece que debemos apoyarlo en cuanto a tener una infraestructura móvil -en esto ya tenemos un acuerdo verbal con la Intendencia Municipal de Montevideo- para que los turistas puedan subirse y ver desde arriba qué se saca y cómo se saca. El plan es rodear la embarcación para que no ingrese más agua; si bien va a ingresar por abajo, se podrá ver toda la embarcación desde allí arriba. Esto va a ser un aporte enorme.

También estamos desarrollando el circuito de cruceros por la Ciudad Vieja y otros circuitos. Estamos trabajando con una cantidad de gente, de la Intendencia Municipal de Montevideo, de la Policía turística, de la Administración Nacional de Puertos y de todos los operadores privados. A esa zona se ha agregado otro movimiento, con la mudanza del Ministerio. Además, el turismo de cruceros no ha parado de crecer en los últimos tres años. El año pasado creció un 15% respecto del anterior, y el año anterior ya había crecido un 20% respecto del precedente. Este año se anuncia el arribo del crucero "Queen Elizabeth II" por primera vez, que es un crucero enorme que recorre el mundo y toca muy pocos lugares. Además, también llega por primera vez un crucero a Colonia del Sacramento; hemos trabajado mucho en cuanto a cómo bajan y ese tipo de situaciones. En ese sentido, el Ministerio aporta pasantes para que atiendan los museos. A veces, los cruceros llegan los días domingo, sábado o lunes y en esos días los museos no están abiertos. En esto quizás necesitemos ayuda con los legisladores, ya que a veces un crucero llega el 1º de enero, sus pasajeros quieren visitar el Palacio Legislativo y tenemos problemas para que puedan ingresar.

En cuanto a las termas, se ha terminado el balizamiento y otras cosas del Aeropuerto de Salto. Quizás en esto todavía no hayamos cumplido con nuestro objetivo, que consiste en alargar la pista para que haya mayor cantidad de vuelos. Debemos incentivar los vuelos, por lo que estamos realizando un acuerdo de cielos abiertos con Chile, que tiene la importancia de que cualquiera desde Chile puede venir acá y cualquiera desde Uruguay puede ir allá, inclusive a hacer cabotaje. Por ende, podríamos incentivar los vuelos internos; además, cualquier empresa podría hacer vuelos internos allá. El convenio está firmado; se necesita hacer una modificación al Código Aeronáutico, y la proyectada modificación legal se está enviando para habilitar el convenio. Chile tiene un mercado muy bueno, dado la fortaleza de su moneda y el poder adquisitivo que tiene con respecto a nuestro país.

Obviamente que nos parece muy importante fomentar las actividades recreativas y de entretenimiento en las termas; estas siempre fueron presentadas para la salud y debemos aprovechar la infraestructura que hoy existe; al parque ya existente -Aquamanía-, se han agregado dos más: el de Kanarek y el del Hotel Horacio Quiroga. Cada parque genera mucha mano de obra, no solo para su construcción, sino para su posterior utilización. Las termas deben acceder a nuevos mercados, como Córdoba, Santa Fe y Río Grande. Se debe estudiar incentivos a fiestas y eventos.

Todo esto no sirve de nada si a fin de año no sabemos si efectivamente vino más gente o no, si efectivamente se logró un mayor desarrollo o no. Si no hay una cuantificación y una medición, habremos hecho una cosa muy linda en el papel, muy simpática, pero si no generó mayor actividad, no servirá de nada. Nos parece que esta medición tiene que ver no sólo con temas contables -saber cuánta gente entró-, sino con indicadores cualitativos -cuánto se gastó, cuántos días se quedaron los turistas- y para eso hacemos encuestas de hogares. Los números son bastante alentadores. En el último trimestre, aumentó el ingreso de turistas, cayó el gasto diario de los turistas, pero aumentó el gasto total. Veo que los mareé con esto. Me explico: más importante que vengan diez turistas y gasten uno es que venga un turista que gaste veinte; además, el que gasta veinte requiere más servicios.

Obviamente, a partir de la devaluación del año pasado hubo un ajuste en los precios que nos ha hecho más competitivos, con lo cual lo que nosotros vendíamos hoy cuesta menos medido en dólares. Entonces, es lógico que el gasto haya bajado en dólares. Pero, ¿qué nos está pasando? Si bien ha bajado el gasto diario en nuestras mediciones, la gente se está quedando más días. Por ende, la sumatoria de más días, gastando

menos, nos da mayor cantidad de ingresos para el país. Obviamente, esto tiene que estar dando en este sector mayor ocupación, porque son más días para brindar servicios. Estos son los datos que tenemos de nuestro Departamento de Investigación y Estadística, que trabaja junto con el Banco Central del Uruguay.

En lo que hace a la promoción, estamos tratando de acceder a nuevos medios, no a los tradicionales como el diario y la televisión. Estamos trabajando con Internet, con la vía pública, con todo lo que es el "mailing", la construcción de una base de datos. Ayer presentamos la tarjeta "Uruguay natural", en convenio con una empresa francesa, fruto de una licitación pública. Esa empresa va a invertir US$ 500.000 en efectivo y US$ 500.000 en "software", en equipamiento, etcétera, para desarrollar un programa de fidelización y base de datos que va a pertenecer a Uruguay -al Ministerio-, lo que nos va a permitir conocer mejor a los clientes y llegarles directamente de distintas formas. Lo que estamos haciendo es una alianza estratégica con empresas públicas y privadas. Los señores Diputados recordarán cuando comenzamos a trabajar con los peajes. En ese sentido, realizamos una promoción con Casinos del Estado, por la cual se devolvía el importe del peaje; otra con los Hoteles Barceló, donde se tomaba el importe del peaje como dinero en efectivo cuando se pagaba la cuenta. Posteriormente, llevamos a cabo un convenio con el Parque Anchorena, donde se aceptaba el ticket del peaje para el ingreso. Asimismo, estamos muy adelantados en un convenio con DUCSA y ANCAP por medio del cual se realizará un programa denominado "ANCAP te lleva", que pone como premio el turismo interno. Hay infinidad de este tipo de cosas y tratamos de que nos cueste poco dinero, o si es posible, nada.

Por otro lado, toda la promoción se maneja bajo el sistema de costo por impacto. Cada compra de promoción que se realiza en el Ministerio viene precedida por un informe del planificador de medios, otro del técnico y la resolución posterior. ¿Por qué hacemos esto? Porque si queremos llegar a determinado público, a ese posible cliente del Uruguay turístico, debemos analizar cuál es el medio más eficaz en la relación precio-impacto para llegar a eso. En esto somos muy estrictos y, además, no permitimos que el planificador de medios tenga contacto con el medio que se va a comprar. De esa forma, todos los descuentos tienen que verse reflejados en la tarifa o en los espacios que se adquieren. En este sentido, se elabora un expediente público por cada compra, que contiene el informe del planificador y el informe técnico del profesional a cargo del tema.

Por otra parte, a partir de la aprobación de la ley de reactivación productiva, contamos con fondos de ayuda para la promoción de Uruguay en el exterior. En este sentido, lo que hacemos son calendarios de promoción y salimos a vender el Uruguay junto con los operadores privados; el Ministerio realiza la promoción institucional, pero el privado está al lado vendiendo el destino Uruguay. Además, llevamos a cabo una feria de turismo interno, para lo cual tenemos un equipo estable de promoción.

Por otra parte, controlamos muy especialmente las contrapartidas de promoción. Muchas veces realizamos acuerdos, como el que llevamos a cabo con PLUNA, por medio del cual estamos atacando al mercado chileno en forma conjunta. De esta manera salimos el doble de veces, porque vamos juntos a comprar los avisos. Además, hemos dado una gran importancia a la página web y tenemos infinidad de consultas; somos una de las páginas más visitadas del Uruguay. También quisiera destacar que el año pasado, en verano, instauramos la página uruguaynatural.com, la cual está funcionando muy bien. Asimismo, hemos instalado webcam y seguimos haciéndolo. ¿Qué significa esto? Si ustedes ingresan en la página de Uruguay Natural podrán observar, por ejemplo, que hay una cámara en el Puerto, por la cual se puede ver la llegada de los turistas. Además, se han instalado otras cámaras, por ejemplo, en Salto, en la estancia San Pedro del Timote, en Punta del Este, en la avenida 18 de Julio y en otros lugares. Cuando se ingresa a esta página, en tiempo real, se puede apreciar cómo está el día si se pretende ir a alguno de estos lugares. Además, si toca un icono que se encuentra debajo puede acceder al pronóstico del tiempo para ese día y para los siguientes. A su vez, estamos trabajando con el servicio de Roaming 0800, pero todavía no lo hemos podido lograr. Lo que pretendemos es que cada persona que ingrese a Uruguay tenga un mensaje de bienvenida, pero nos quieren cobrar, por lo que todavía no hemos llegado a un acuerdo. Además, consideramos importante mejorar la previsión de gastos; creo que en la medida en que trabajemos con más tiempo vamos a mejorar en ese sentido.

Otro aspecto importante a destacar es que nosotros no obedecemos los límites políticos que se han dado los países, sino los comerciales. En ese sentido, contamos con personas que están encargadas de estudiar y hacer un seguimiento en distintos mercados, a los que llamamos países. Un país es la provincia de Buenos Aires, que tiene su propia característica; otro está conformado por las provincias de Santa Fe, Córdoba y Entre Ríos. Consideramos que estas provincias constituyen una gran oportunidad para el Uruguay turístico porque hace

un mes se inauguró el puente Victoria-Rosario. Con la construcción de este puente la gente de Rosario, Santa Fe y Córdoba deberá transitar 240 kilómetros menos para venir a Uruguay. Es como si nos hubieran acercado ese "país" 240 kilómetros; actualmente, utilizando ese puente, para Rosario, el Chuy queda más cerca que Mar del Plata. Por lo tanto, hay una gran oportunidad para el turismo uruguayo, y hace aproximadamente un mes que la estamos atacando.

Es importante destacar que cada país tiene una característica distinta; obviamente, Paraguay y Chile son diferentes. También separamos a los "gaúchos" de los paulistas porque tienen características diferentes. En este sentido, debemos tener en cuenta el público que pretendemos atacar. Por ejemplo, los "gaúchos" pueden venir en auto, al igual que las personas que viven en Porto Alegre, Pelotas, Santa María, Bagé, que son ciudades que cuentan con aproximadamente ciento cincuenta mil habitantes, pero no así los paulistas, quienes necesariamente tienen que venir en avión. Por ende, cuando nos dirigimos a este sector, debemos atacar a través de medios que lleguen a un sector de la población de mayor nivel adquisitivo, lo cual también ocurre cuando pretendemos atacar el mercado chileno.

Por lo tanto, cada encargado investiga los mercados, los comportamientos, las oportunidades, la actividad de la competencia, lee las noticias, tiende vínculos con los operadores y se informa de los feriados, entre otras cosas. Este último ítem es muy importante ya que, por ejemplo, estas vacaciones de julio están teniendo un excelente comportamiento. Tuvimos mucha suerte porque las vacaciones en Uruguay tuvieron lugar la segunda y tercera semana del mes, en las provincias del interior argentino se llevaron a cabo la tercera y cuarta semana, y en la provincia de Buenos Aires en la última semana del mes julio y en la primera de agosto. De esta forma tenemos un mes entero para trabajar. Nos parece muy bueno que haya esa descoordinación en las vacaciones, porque no se acumula gran cantidad de gente en quince días.

Como dije anteriormente, tenemos la meta de aumentar nuestra presencia en Santa Fe y Córdoba, en Chile y abrir Río Grande. En este sentido, viajé con el señor Presidente de la República a la ciudad de Porto Alegre y a fin de mes vendrá una delegación con el Gobernador de Río Grande, el señor Rigotto, a quien recibiremos en el Ministerio.

Por otra parte, pretendimos ingresar en la etapa de promoción de turismo interno luego de la revalorización. Al respecto, elaboramos una estrategia para los uruguayos, que son los principales clientes del país y nos habíamos olvidado de ellos. Lo que pretendimos hacer a través de esta estrategia fue revalorizar el destino Uruguay para los uruguayos. Para ello, tratamos de que se viera lo bueno que tenemos y la calidad de la infraestructura con la que contamos. En ese sentido, creemos que los uruguayos hablan más, por ejemplo, del hotel cinco estrellas que se encuentra en Arapey, de los hoteles cinco estrellas de las Termas de Salto Grande o en las del Daymán, de la calidad de la infraestructura hotelera de Colonia, de las estancias turísticas y de la calidad de los productos, los cuales no voy a decir que son mejores que los de otros países, pero sí que están al mismo nivel que cualquier otro destino. Las personas que van a estos lugares actualmente encuentran la misma calidad que se brinda en cualquier parte del mundo.

Por otro lado, no debemos descuidar el destino Buenos Aires. Cuando la República Argentina estaba en plena crisis mucha gente nos dijo: "Olvídense de Argentina", y nosotros pensamos que no debíamos hacer esa locura, ya que ese país es el principal expendedor de turistas que tenemos. Además, debemos realizar promociones concretas fuera de la región, lo cual estamos haciendo.

También estamos atacando América del Norte, Reino Unido, España, Italia, Alemania y Francia con los operadores. En ese sentido, los folletos están en todos los idiomas; los que entregamos a los señores Diputados creo que están en español y en inglés, pero en general están escritos en varios idiomas, al igual que la página web. Para ello hicimos un convenio con algunas instituciones de enseñanza bilingüe para que los alumnos realizaran traducciones para nuestra página web como una de sus tareas; de esta forma no tuvimos que pagar traductores por ese trabajo.

En la lámina que estamos observando figuran los lugares a los que hemos ido y los que vamos a visitar, como la Feria de Turismo Extra Regional en Madrid, la Bolsa de Milán, el Seatrade de Miami, que es de cruceros, ITB en Berlín, que es la mayor bolsa de turismo del mundo, IMEX en Frankfurt, que se ocupa de negocios y convenciones, y el World Trade Market en Londres; a todo estos lugares se va con los operadores privados. Además, visitaremos lugares de la región como Expointer en Esteio, Abav en Río de Janeiro, FIT en Buenos Aires, donde el año pasado el stand de Uruguay, pese a ser de dimensiones notoriamente más pequeñas que las de algunos otros países como Brasil o México, obtuvo un premio, así como el Festival de Turismo de

Gramado y Achmart en Chile, que es un mercado que estamos abriendo. Estos son los planes que tenemos hasta fin de año; en Brasil lo tienen cada año. Después está lo específico: en Chile, en Paraguay y en Uruguay, donde en el gráfico se va coloreando distinto según el mes. Esto es a grandes rasgos; podríamos profundizar en cada una de estas cosas, pero no quiero aburrir a los señores Diputados.

¿Qué es lo que se persigue con esto? Posicionar al Uruguay turístico. Creemos que el hecho de que no haya existido en el último año una baja en el ingreso de gente al país y de que el gasto medido en dólares haya bajado un poco más del 20%, pese a la devaluación del año pasado, va por el camino que nos hemos fijado en materia turística.

También tenemos para presentarles los circuitos, pero si a la Comisión le parece bien los voy a saltear en virtud de que los señores Diputados disponen de algunos de ellos en el material que les entregamos.

SEÑORA CASTRO.- En realidad, el señor Ministro nos ha dado un detallado informe de la parte de turismo, ya que tiene a su cargo un complejísimo Ministerio. Ha hecho algunos señalamientos, entre ellos uno que nos toca muy de cerca, con relación al interés turístico del Palacio Legislativo y a la necesidad de que esté abierto para los turistas, y otro más de fondo sobre la necesidad de la modificación del Código Aeronáutico. También ha desplegado informaciones con relación a los objetivos y metas a alcanzar y a desarrollar, y a las acciones que se están implementando, con el aporte de algunas cifras interesantes.

En particular, tengo dos preguntas. Una muy concreta, que tiene que ver con un proyecto sobre el que estuvimos trabajando en esta Comisión. El señor Ministro habló de un llamado en Rocha en el que se dio prioridad o se estableció que el 80% de la contratación de la mano de obra -quizás yo haya entendido mal la información que se brindó- debía ser local o nacional. Quisiera que nos explicara un poco más al respecto.

La pregunta de fondo, que es la que realmente me interesa por el trabajo que estamos llevando adelante con la colaboración de la asesoría de la Comisión, tiene que ver con el área donde el señor Ministro trabaja y de la que el Ministerio se ocupa. En ese sentido, quisiera saber cuáles son las sugerencias, desde el punto de vista de la normativa, que el Ministerio estaría demandando para poder mejorar, afianzar o concretar de alguna manera esta política de empleo a la cual nos estamos abocando -sobre la que todos estamos muy preocupados- para poder superar la situación que estamos viviendo como país.

SEÑOR MINISTRO DE INDUSTRIA, ENERGÍA Y MINERÍA.- En lo que refiere al llamado de Rocha, paso a explicar cómo es. En la ley de reactivación aprobada por el Parlamento el año pasado se estableció una declaración de interés turístico para una zona del departamento de Rocha y se cometió al Ministerio de Turismo a realizar un llamado para la instalación de un hotel cinco estrellas en esa zona. Se reglamentó dicha ley por parte del Poder Ejecutivo en un plazo bastante breve y el mismo día en que entró en vigencia el decreto, el Ministerio hizo un llamado a expresiones de interés para auscultar el interés que podría existir para hacer un hotel de ese tipo. El Ministerio, en lugar de fijar de antemano las condiciones de un mercado que quizás no era exactamente el que se estaba visualizando, auscultó para ver si había interesados y para que estos nos dijeran en qué condiciones estaban dispuestos a realizar una inversión de ese tipo. Les dimos cierto plazo -nos parece que esas cosas tienen que tener un plazo bastante largo; creo que vencía en marzo de este año- y al finalizar se presentaron dos interesados: uno en una zona que quedaba al lado de la que se había fijado para el llamado de expresiones de interés, en el balneario La Esmeralda -después voy a decir por qué también se incluyó-, y otro en un predio que nosotros pensábamos que integraba el Parque Santa Teresa -la gente de ese Parque también pensaba que les pertenecía pese a no estar dentro de los circuitos, etcétera- pero que en realidad pertenecía al Ministerio de Economía y Finanzas, que lo tenía dentro de los inmuebles prescindibles. De manera que en todos esos procesos fue una buena solución.

A partir de ese momento, se comenzó un estudio jurídico para saber si en un llamado a concesión de un casino y la exigencia de la construcción de un hotel cinco estrellas, se podía incluir esa zona de La Esmeralda. Jurídicamente, llegamos a la conclusión de que sí, porque el Poder Ejecutivo, siempre que lo haga a través de licitación, puede hacer un llamado para casino en cualquier parte del país, o sea que directamente se le sumaba ese lugar y cuantos más oferentes existieran mejor, porque así podríamos elegir la mejor inversión. Dentro de ese llamado, creo que una de las propuestas hablaba de US$ 40:000.000 y la otra de

US$ 30:000.000; además, una cosa bastante importante es que hay un canon del que se destina una parte a la promoción del turismo, otra al Gobierno municipal y otra va a la Dirección General de Casinos. Dentro de ese llamado sí pusimos algunas condiciones que no habían estado en las expresiones de interés pero que significaban la obligación de tomar determinada cantidad de mano de obra nacional. Esta condición también la pusimos en otros casos, pero en este en particular nos pareció que debíamos ser especialmente estrictos, dado que se trataba de un departamento fronterizo; nos parecía que era muy importante por tratarse, además, de una zona que está muy cerca de la frontera.

Con respecto a ese llamado ya se hizo el pliego de condiciones del llamado a licitación para la concesión, y se está publicando en estos días; venimos bien con los plazos y esperamos que quienes manifestaron su interés, ahora sí, se presenten al llamado y que definamos cuál es la mejor propuesta para que se pongan a trabajar. Aquí habrá dos etapas para generar trabajo: la primera etapa en la construcción y la segunda etapa en la explotación del hotel. Nos parece algo importante.

En lo que refiere a las sugerencias que me solicitan en cuanto a la normativa para afianzar en la parte del turismo las políticas de empleo, confieso que no sé si me siento capacitado para decir a los señores Diputados o al señor Ministro de Trabajo y Seguridad Social cuáles son las cosas que en este momento debieran mejorarse desde el punto de vista de la política de empleo. Nosotros hemos puesto todo nuestro esfuerzo en la generación de actividad en el turismo y en la generación de actividades de promoción. Sí recordará la señora Diputada Castro que hace un mes y medio o dos, estuvimos en una Comisión integrada de Turismo y de Legislación del Trabajo en la que, precisamente, se habló sobre un proyecto de ley que trataba de solucionar un problema que se había planteado en la temporada de verano, y era la falta de certidumbre para los turistas que llegaban al país que -por más que el Código Civil en su artículo 2º establece que la ignorancia de la ley no sirve de excusa- no conocen las normas jurídicas y, por ende, cuando un turista llegaba a un acuerdo con algún empleado sobre determinado monto de retribución en el entendido de que eso comprendía todo, a veces se encontraba con que la forma en que lo documentaban o en que lo hacían no era exactamente la que pensaba y al final de su estadía en Uruguay se veía involucrado en citaciones al Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, a la Justicia Laboral o, eventualmente, con medidas cautelares sobre sus vehículos, etcétera, por tener una demanda muy grande. Esa fue la sugerencia que hicimos oportunamente en cuanto a dotar de certeza a ese sector en lo que refiere al empleo, pero fue algo que realmente constatamos en el momento. En el resto, en la parte de turismo hay dos grandes sectores. El sector de la construcción, que obviamente tiene sus propias normas, y el sector de la actividad en sí. Los trabajadores uruguayos tienen una muy buena diferencia con los de otros países porque tienen una base de capacitación que hace que sean muy requeridos. Inclusive, muy recientemente se instaló una empresa de reclutamiento para cruceros que ha encontrado que los uruguayos son los mejores trabajadores por el nivel de su educación, por la calidad de su trato, y por otras características.

Existe una gran cantidad de escuelas de capacitación en hotelería y gastronomía, así como también cursos en la UTU.

SEÑORA CASTRO.- También los hay en la Universidad de la República.

SEÑOR MINISTRO DE INDUSTRIA, ENERGÍA Y MINERÍA.- He escuchado que la Universidad de la República quiere discontinuar la licenciatura.

SEÑORA CASTRO.- Pero por ahora existe.

SEÑOR MINISTRO DE INDUSTRIA, ENERGÍA Y MINERÍA.- Así es. Además, entiendo que en las universidades privadas no hay carreras vinculadas al turismo; hay más cursos de hotelería o de gastronomía que de turismo.

Reitero que yo soy egresado de la Universidad de la República -fui compañero de generación del señor Diputado Falco- y tengo un especial cariño por ella, pero me parece bueno que existan universidades privadas, porque creo en la competencia en todos los ámbitos, tanto en el público como en el privado.

SEÑOR PRESIDENTE.- Quiero hacer una pregunta antes de pasar a la parte vinculada a la industria.

En este planteo que hace el Ministerio desde el punto de vista de su gestión institucional en torno al desarrollo de la industria del turismo ha estado ausente el relacionamiento con los operadores privados o las dificultades que esos operadores están encontrando para desarrollar su actividad.

Al respecto, se me ocurren dos o tres situaciones. Los operadores privados en materia de turismo han manifestado algunas dificultades importantes desde el punto de vista de la ecuación económica, aunque no sé si se refieren a su situación económica o a la ecuación financiera.

Además, parecería razonable pensar que en esta estructura planteada por el Ministerio el operador privado e, inclusive, la industria privada podrían transformarse en un excelente motor de la puesta en funcionamiento del plan de promoción. Es decir, una vez hecho el planteo, elaborado el plan, hechas todas las propuestas, diseñados los productos, los circuitos y las tareas de promoción, parecería importante saber, por ejemplo, que el sector privado tiene un rol importante en la puesta en funcionamiento de todo esto.

En ese sentido, se me ocurre pensar en la industria de la carne, que es trascendente para nuestro país y que, por supuesto, el señor Ministro conoce mejor que yo. Hay toda una historia de la industria de la carne, que compartimos con muchos países. Voy a poner un ejemplo para que sepan exactamente a qué me refiero. En una bahía de Inglaterra, al lado de la torre de Londres hay un acorazado de la segunda guerra mundial anclado en el que se simulan sonidos, como si estuviera en plena batalla. Cuando uno lo visita -por supuesto, pagando; allí no hay nada gratis- y pasa a la despensa puede ver, entre varias cosas, algunas latas en las que se lee "Corned beef - Anglo Uruguay". Sinceramente, cuando lo vi, se me pusieron los pelos de punta, porque eso demuestra lo importante que ha sido la carne en nuestro país. Sin embargo, en nuestro país no hay una demostración permanente de esto.

Creo que con respecto a este tipo de cosas que son características, que son la identidad del país y que también hacen al país natural, sería bueno desarrollar -por cierto, con la participación de privados- actividades o emprendimientos a fin de que quien venga a visitar el país no conozca solo el país del descanso, de la paz o de la tranquilidad, sino que también vea que hay un país en movimiento. Me parece que por darse la situación muy particular de tener un Ministro de Industria que también es Ministro de Turismo, estas actividades se podían amalgamar.

Me imagino, por ejemplo, una demostración de lo que ha sido la importancia de la carne en el país a lo largo de la historia, planificada y orientada por el Ministerio, pero con la participación directa de los operadores del sector, es decir, de los frigoríficos, de los productores. Pongo el ejemplo de la carne como podría poner el del vino o algún otro; me refiero a este porque es el más típico, desde el tasajo de Cuba hasta el "corned beef" de Londres.

SEÑOR MINISTRO DE INDUSTRIA, ENERGÍA Y MINERÍA.- Quizás fui un poco rápido en mi exposición y no aclaré algunas cosas. Todo el trabajo lo hacemos en coordinación con el sector privado y con los Gobiernos Municipales. Este plan lo presentamos al sector privado, tomamos sus sugerencias e hicimos modificaciones; lo presentamos a los Directores de Turismo de las Intendencias y recibimos sus sugerencias.

Cuando hacemos la promoción de los distintos sectores rumbo al verano, en primer lugar, hacemos una ronda con todos los operadores privados y con todos los Directores de Turismo, y les decimos: "Esta es la situación de Brasil, de Argentina, de Uruguay, etcétera. Esto es como nos ven. Estos son los estudios que tenemos y estos son los conceptos que nosotros pensamos que debemos que comunicar. ¿Qué opinan ustedes?". Y con esto nos enriquecemos; nosotros no somos los dueños de la verdad. No podemos hacer campañas de promoción que después no sirvan al país ni a los que venden. Sería una locura. Nos gustará mucho la campaña y tal vez después ganaremos algún premio, pero si no les gusta a quienes venden, no sirve de nada.

Trabajamos en forma coordinada. Siempre decimos que el turismo es una mesa de tres patas: una es el Gobierno Central, otra el Gobierno Municipal y otra los operadores privados. De nada sirve que el Gobierno Central haga la promoción, ponga los incentivos y desarrolle los productos si el privado no vende o no tiene un precio y una calidad de servicios adecuados. Asimismo, de nada sirve que el Gobierno Central y los operadores privados hagan todo si el Gobierno Municipal no recoge la basura, no tiene guardavidas en la playa o no tiene los servicios municipales en forma. Tenemos que trabajar juntos sí o sí, nos guste o no. Aclaro que a nosotros nos gusta. Trabajamos en forma conjunta y coordinada con los Gobiernos Municipales

de todo el país. En ese sentido, no hemos tenido ningún tipo de problema, porque ellos también entienden que debemos trabajar juntos y también con los privados.

Obviamente, después de la temporada 2001-2002 el sector privado estuvo complicado. ¿Cómo no va a estar complicado si en el mes de diciembre -cuando la temporada ya estaba iniciada- Cavallo y De La Rúa llegaron a sacar tres decretos en el día trancando la salida del dinero de los argentinos al exterior? Sería un ciego si dijera que no tienen problemas, porque lo que pasó en esa temporada tiene que acarrear problemas, ya que no hubo ingresos.

En marzo nos sentamos con el sector privado, con el Banco de la República y los proveedores de servicios públicos; trabajamos con ellos, seguimos y seguiremos haciéndolo.

Todavía quedan veinte emprendimientos que tienen dificultades con el Banco República. Pero el Banco los está atendiendo uno a uno para buscar soluciones. Me parece bien que lo haga así y no en forma genérica, porque quizás haya algunos que se estén beneficiando y no deberían. No es lo mismo una persona que arrastra un problema del 2001 o 2002, que el que hace cinco, seis o siete años no paga. Es distinto.

El Directorio del Banco ha sido muy receptivo al tratarlos así. La ecuación no da, pero tanto el sector privado como público se adaptaron en tiempo récord a la devaluación del 20 de junio del año pasado.

El Ministerio de Turismo tenía un problema enorme: se había devaluado, no podíamos vender con precios medidos en dólares, y había que convencer al sector privado rápidamente para que adecuara sus precios a la nueva realidad. Es decir, que bajaran el precio en dólares, porque sus costos estaban en pesos. Teníamos un problema mucho más grave que Argentina, que con el uno a uno siguió vendiendo en pesos. Ellos también devaluaron, pero no cobraban una habitación US$ 100 sino en pesos, y así lo siguieron haciéndolo. Pero el Uruguay es uno de los países más dolarizados del mundo. Si uno le pregunta a cualquiera de los legisladores que está acá cuánto cuesta un auto o la casa donde viven, automáticamente todos piensan en un precio en dólares y nadie en pesos. En ese momento, hacer ese cambio mental a los operadores turísticos y decirles: "Sus salarios, su consumo de luz, sus aportes a la seguridad social y su teléfono, están en pesos. Haga números y presente su factura al cliente en pesos", era una tarea difícil. Hicimos algunas cosas. Por ejemplo, sacamos un decreto con el cual obligamos a tener los precios en pesos y si querían también en dólares.

Voy a contar una anécdota. Me llamó una hotelera dirigente gremial de Punta del Este y me dijo: "No, Ministro, en pesos quedamos carísimos". Yo le dije: "Si usted está cara en pesos, en el equivalente en dólares, también". Ella me dijo: "Ah no, pero en pesos quedamos caros". Le dije: "No, señora, es que usted está cara. Dése cuenta de eso porque no vamos a poder competir".

En cambio, en Brasil y Argentina la gente decía: "No, a estos precios nosotros no vamos". Rápidamente se adecuaron los precios y el sector privado tuvo un comportamiento espectacular este verano.

Insistimos y marcamos públicamente a algunos que se hicieron los vivos. Creamos un sitio en la página web donde estaban los precios de los productos de los supermercados y de la canasta básica turística. Esto lo hicimos semanalmente en los meses de diciembre y enero. Íbamos con los inspectores a los supermercados y decíamos: "Mire, en este supermercado el dulce de leche pasó de valer $ 40 en diciembre a $ 70 en enero. Si quiere, consulte en la página". Le dábamos a cada turista un papelito que decía: "Consulte acá antes de ir a comprar". Hubo problemas y todavía se arrastran, pero el sector los ha enfrentado y hoy tiene una posibilidad cerca de salir adelante.

Hay que tener en cuenta que este es el sector que más rápidamente repercute en el empleo, porque no tenemos que esperar los ciclos de la naturaleza. El turista viene hoy y gasta hoy; no hay que sembrar o echarle el toro a las vacas y esperar que vengan los terneros; no hay que engordar los novillos. No hay que conseguir la materia prima para fabricar; el turista viene mañana y el empleo se genera mañana. En eso hemos estado poniendo énfasis en todos estos meses que nos tocó trabajar. Desarrollar ese producto es un sueño.

No sé si los señores Diputados conocen el Museo de la Revolución Industrial en el Frigorífico Anglo. Allí está el piso entero como era en la época en que se mandaba el Corned beef, cuando el Anglo era la cocina del mundo. Están los mismos muebles, la primera máquina de escribir. Es una máquina impresionante con una flecha que se ponía sobre la letra y se apretaba el botón, ahí se pasaba a la otra y así sucesivamente. Esa

máquina funciona y está ahí. Todo está recuperado. Esto es una pequeña cosa; el Ministerio invirtió US$ 50.000 allí. Usted me dirá que no es mucho dinero. Pero viendo el presupuesto del Ministerio de Turismo se va a dar cuenta que para nosotros es mucho dinero. En ese camino estamos trabajando con el Museo de los Naufragios y con el rescate de la identidad nacional

Cuando el Ministerio se presenta en el exterior no lo hace solo con un lindo paisaje o con la playa; también promociona la gastronomía, la bebida, los vinos y la música. Entre las cosas que hizo el Ministerio para presentar el producto turístico este verano hubo una serie de actuaciones de música al aire libre en todos los lugares, menos en aquellos que tenían mucha afluencia como Punta del Este. Todos eran artistas nacionales y mucho candombe. El gran error es pensar que los turistas van a venir acá a comer comida francesa. No es así, a comer comida francesa van a ir a Francia. O que van a venir acá a escuchar música inglesa; no, a escuchar música inglesa van a ir a Inglaterra. En eso estamos claramente identificados. Hemos presentado a Jaime Roos, a Rada, a Falta y Resto, a Bola 8 y otros.

También promocionamos expresamente el candombe en Buenos Aires en oportunidad de Las Llamadas.

Voy a contar otra anécdota. Cuando invitamos a algunos hoteles a que hicieran paquetes con entradas a Las Llamadas, hubo un hotel cinco estrellas de Montevideo que dijo que no, que su público no era para Las llamadas. Cuando largamos la promoción del candombe nos llamó el Gerente y nos dijo: "Me equivoqué; tengo el 45% del hotel con gente que vino a ver Las Llamadas". Las Llamadas es el candombe, pero también es historia; y la explicación de todo eso. ¡Vaya si eso da trabajo!

Con estas cosas es que hay que enfrentar la globalización y no sacándose la ropa, pintándose y corriendo desnudos por la calle, sino con la identidad nacional. En nuestro país hay un gran rebrote de la identidad nacional en la música, en la comida, en las tradiciones y en los bailes. Todas las Intendencia del interior tienen escuelas de danzas nacionales cada vez con más gente. Eso está resurgiendo y la gente joven va porque la globalización está acá y no la podemos sacar. Nos guste o no, está acá, se nos mete por la tele y por Internet. Pero ¿qué es lo que está provocando? Nosotros no queremos ser todos iguales, porque somos distintos. No queremos comer todos la misma hamburguesa, usar el mismo saco ni escuchar la misma música. Somos distintos y queremos serlo. Esa es parte de la estrategia del Ministerio. La gente no va a venir acá a comer una hamburguesa que puede comer en cualquier parte del mundo, sino que va a venir a comer un churrasco. Estoy seguro de eso.

Quiero hacer una aclaración. Lo que nosotros hemos reglamentado no es la ley de parques industriales -en la que está trabajando la Dirección Nacional de Industrias- sino algo que se votó el año pasado en la ley de reactivación o de Rendición de Cuentas que era el crear en el Ministerio de Industria un programa de incubadora de empresas, un programa de captación para pequeñas y medianas empresas, un programa de fomento de las artesanías y un programa de apoyo a las sociedades de garantía recíproca.

Ese decreto fue aprobado el 9 de julio pasado y sobre ello les puedo dejar copia. Obviamente que a partir de que está el decreto a cada uno de estos programas el Parlamento les votó un presupuesto especial que creo oscila en los US$ 60.000. En estos momentos, estamos yendo al interior del país y en particular a Paysandú para ver si hay una contrapartida. Es el primer lugar que se ha elegido porque fueron los que vinieron primero al Ministerio a presentar un proyecto. Estamos en la etapa de ejecutarlo y esperamos poder hacerlo antes de fin de año.

En lo que refiere a la industria en sí y a la generación de empleo la situación es muy particular. Creo que al igual que en el turismo, a partir del 20 de junio del año pasado el Uruguay ha ganado y recuperado competitividad y eso no solo es mi opinión sino la de los expertos que estudian el tema.

Octubre de 1998 fue el último gran año de exportación del Uruguay, previo a la devaluación brasileña, y en abril-mayo de este año recuperamos la competitividad que teníamos respecto de Brasil en aquel entonces y casi la que teníamos con respecto a Argentina. Obviamente, hemos recuperado ampliamente la competitividad en lo que refiere a la Unión Europea y a los Estados Unidos. Esto está reflejándose en un sector de la industria que es el exportador, el cual está teniendo el mejor comportamiento -como es notorio- y, a su vez, está creciendo. Ello no se ha reflejado todavía en lo que es la industria destinada al consumo interno.

¿Cuál es nuestro plan en el Ministerio de Industria, Energía y Minería? Aclaro que también lo tenemos -por más que sea reciente- diagramado a partir del mes de febrero y que en gran parte profundiza el plan que estaba ejecutando el doctor Sergio Abreu, no solo por compartirlo sino porque es una locura llegar y cambiar todo de un día para el otro. Si hay algo que no se comparte quizás se pueda ir cambiando, pero no se puede cambiar las reglas de juego de golpe.

Nos pareció muy importante lo que el doctor Sergio Abreu llamaba -creo que con mucho acierto- las políticas activas comerciales. ¿Qué significa esto? En el Uruguay hemos oscilado en una especie de movimiento pendular entre dos polos, los cuales increíblemente llevan -más allá de ser opuestos- a una posición muy cómoda. Uno era el proteccionismo total: levantemos barreras en las fronteras, arancelarias o de cualquier tipo, y que no venga nadie y que nuestras industrias no tengan competencia. ¿Qué genera eso? Una gran ineficiencia, precios desmedidos, poca inversión y, en definitiva, malos productos para los consumidores nacionales. Creo que ya nadie es partidario de esa solución y por lo menos yo no lo soy.

Después, en un movimiento pendular, nos fuimos hacia el otro lado. Eliminemos todas las barreras y pongamos a competir a todas nuestras industrias y, en definitiva, que venga cualquiera y nos venda los productos a cualquier precio y el beneficiado va a ser el consumidor porque va a tener los productos a mejor precio. Si el local quiere competir que se recicle y sea más eficiente que los que vengan de afuera. Las dos son posiciones muy cómodas: levanto barreras y me voy a dormir -la barrera que levanté es suficiente; bajo las barreras, que venga el que quiera y me voy a dormir la siesta -el mercado me va a hacer los deberes. Creo que ambas posiciones son equivocadas, quizás como en todos los extremos. ¿Por qué? Es muy bueno que haya competencia porque esto provoca, obviamente, una necesidad de superarse y de ser más eficientes y, sin lugar a dudas, eso repercute en el precio final. Pero es bueno que haya competencia en igualdad de condiciones. No es bueno que venga alguien a competir cuando está subsidiando, cuando está haciendo "dumping", cuando está violando las normas mínimas del comercio mundial, y en eso sí que no estamos de acuerdo. Pero esta posición implica mucho trabajo diario porque uno tiene que garantizar que haya competencia pero, a su vez, debe tratar de identificar a quien está subsidiando, a quien está haciendo "dumping" y aplicar procedimientos, sanciones y medidas al que está incurriendo en esa conducta, es decir, desarrollar políticas activas en materia comercial. Eso es lo que venía haciendo el Ministerio de Industria, Energía y Minería en la época del doctor Abreu y con lo que nosotros hemos seguido adelante, lo cual me parece adecuado.

Yo podría enumerar una lista muy larga de medidas que hemos ido tomando. Hemos finalizado procedimientos en materia del aceite y hemos aplicado derechos a las empresas argentinas que estaban violando la normativa. Recientemente hemos aplicado derechos específicos a productos argentinos en respuesta de lo que sucede en las llamadas zonas de promoción. Me refiero a las provincias de San Juan, San Luis, Catamarca y La Rioja de Argentina.

Hemos iniciado y nos han iniciado procedimientos de muchos tipos. En los próximos días vamos a dictar -ya está en el Ministerio de Economía y Finanzas- lo que se llama un decreto de "antidumping" y al ser una suerte de certificación al industrial uruguayo, es de total y absoluta confidencialidad acerca de si en el día de mañana su conducta puede ser o no interpretada como de "dumping" ante los tribunales correspondientes. Sería en el sector farináceo; en el tema de los termotanques de origen italiano se terminó una investigación. Se trata de una larga lista, la cual puedo suministrársela a la Comisión ya que está a disposición en la Dirección Nacional de Industrias y es pública.

Nos parece que lo que realmente se está tratando de hacer es garantizar efectivamente que compitamos en igualdad de condiciones. Esto es igual que en el deporte. Yo quiero que nuestro seleccionado compita, pero que al que lo haga contra él le hagan el "antidumping" y no tenga alguna sustancia prohibida o no juegue con doce o trece jugadores cuando nosotros jugamos con once. Eso es de lo que se trata.

Esta es una estrategia que demanda muchísimo tiempo en estudios, seguimiento y que es muy engorrosa.

También estamos aplicando conceptos de los que ya hablamos. Nosotros entendemos que en el turismo hay que trabajar con el sector privado. ¿Por qué? Porque el sector privado es el que realmente sabe e identifica quién es el competidor que está haciendo trampa, el que está subsidiando, es el que sufre por este tipo de cosas. De todos modos, aunque trabajamos con ellos codo con codo en forma conjunta eso no quiere decir que nos quedemos con su opinión. Lo que hemos hecho fue realizar una serie de equipos de trabajo integrados por el sector privado, el Ministerio de Economía y Finanzas y el Ministerio de Trabajo y

Seguridad Social, al que, aun cuando pensemos que en muchas de estas áreas no estamos hablando de una cuestión de normativas, invitamos a participar en los grupos que están trabajando en materia de inversión, de impuestos y tarifas para que esté enterado de hacia dónde estamos yendo, por lo menos como observador.

Además, es de destacar que en muchos de estos grupos se hacen aportes muy importantes; se trata de grupos que pusimos a funcionar en el verano cuando asumí en el Ministerio y que ya tuvieron resultados muy concretos. Uno de ellos, que nos pareció algo muy importante, fue terminar con esa discusión que se daba en el país cuando llegaban los meses de mayo o junio, acerca de si íbamos o no a eliminar la devolución de impuestos; cuando llegaba ese momento, el Ministro de Industria, Energía y Minería se peleaba con el de Economía y Finanzas por este motivo, lo cual generaba una gran incertidumbre, y nadie iba a trabajar o a invertir de esa manera. Entonces, con el señor Ministro de Economía y Finanzas, doctor Atchugarry, y el sector privado llegamos a un rápido acuerdo en el sentido de decidir algo para siempre, y acordamos que lo íbamos a mantener hasta el final del período de Gobierno. En ese sentido, se dictó un Decreto y terminamos con la discusión. De esta manera la gente puede trabajar tranquilamente. Y esto fue fruto de ese trabajo conjunto, en el cual nosotros tuvimos que tener en cuenta las finanzas del Estado y la promoción de la industria y ellos la certeza en cuanto a cuáles eran las reglas de juego en su negocio.

SEÑOR PRESIDENTE.- Estabilidad tributaria.

SEÑOR MINISTRO DE INDUSTRIA, ENERGÍA Y MINERÍA.- Eso es exactamente lo que se hizo.

En su momento, también dictamos un decreto sobre el diferimiento del pago de los anticipos del IVA para el caso de la importación de materias primas. En la plaza hay un problema de crédito notorio después de la crisis bancaria del año pasado, y hasta que no se terminen de generar las condiciones de certeza y seguridad va a seguir existiendo. Tanto es así que se ha dado la situación de que el importador que traía materia prima, tenía que pagar el IVA cuando la importaba, cuando la procesaba y cuando la vendía. Entonces, se instrumentó un mecanismo por el cual se difiere el pago del IVA al momento de la venta, lo cual nos pareció bastante importante.

Asimismo, se hizo una extensión de la eliminación de aportes patronales para la retribución de los trabajadores afectados directamente a la actividad industrial que son empleados de empresas suministradoras de personal. Estamos trabajando, creo que muy bien, con el sector minero en Artigas. Algunos aspectos ya están solucionados, por lo que no vamos a mencionarlos, pero sí quisiera referirme a otros que me parecen importantes, como la electrificación, que produce mayor cantidad de empleo, ya que se pueden poner más generadores que los que funcionan a gasoil. Además, debemos tener en cuenta lo que hace a la venta del producto que se vende a un precio muy bajo en el Uruguay y doscientas o trescientas veces más caro en Brasil. En ese sentido, estamos creando una comercializadora de productos junto con el sector privado, lo que también va a llevar a generar más mano de obra en ese departamento.

Podría seguir con varias cosas más, en especial con algo que me parece que en el sector de la industria es muy importante y que quizás constituya una de las grandes trabas que estamos teniendo actualmente, que es el crédito. En este aspecto, creemos que el trabajo fenomenal que ha hecho el Ministerio de Economía y Finanzas en los últimos siete, ocho o nueve meses va a empezar a dar sus frutos próximamente, porque el hecho de haber solucionado el problema de los bancos, haber realizado el canje en forma voluntaria y haber logrado un acuerdo con los organismos internacionales, genera las condiciones de seguridad y certeza jurídica necesarias como para que se vuelva a generar el crédito. Digo esto porque, lamentablemente, las condiciones de certeza y seguridad no se pueden imponer con una ley, un decreto o una resolución, sino que hay que generarlas efectivamente, y nos parece que el Ministerio de Economía y Finanzas ha dado pasos formidables en ese sentido; creemos que eso se va a empezar a manifestar cada vez más.

También estamos trabajando con las AFAP en la posibilidad de crear fondos de financiamiento de la actividad industrial exportadora. Para ello, esperamos la aprobación del proyecto de securitización y warrants, porque pensamos que nos puede dar una buena mano en este sector de la industria.

Asimismo, hemos trabajado muchísimo con el Banco de la República no sólo en los nuevos créditos, sino también en los viejos. Este Banco hace dos meses anunció para la industria y, casualmente, también para el turismo, una rebaja muy importante en las tasas de interés, e inclusive, la posibilidad de mejorarlas con los

pagos que se realizaran, lo cual contó con el beneplácito público de todo el sector privado que manifestó que con esas tasas sí iba a poder pagar.

Por otra parte, la extensión del régimen de devolución de impuestos también apunta a crear estas certidumbres para generar el crédito, y algunas líneas de crédito que el Ministerio de Economía y Finanzas ha logrado en el exterior, como el multisectorial de inversiones.

Hay otra cosa que me parece importante sobre lo que nos hemos fijado la estrategia y la estamos ejecutando -todavía no tenemos información concreta, ya que hace tres o cuatro meses que la hemos instaurado-, y es que nos hemos fijado como meta tener políticas sectoriales, lo cual no quiere decir que se vaya a beneficiar a un sector impositivamente o con subsidios, sino identificar aquellos sectores que en los próximos cinco, seis, siete, ocho o nueve años el Uruguay puede ver como sectores de especial interés en la industria. ¿Para qué? Para identificar cuáles son sus mercados potenciales, para intensificar acuerdos comerciales que lleven a eliminar barreras arancelarias en los mercados a los que puede acceder, para estar más atentos todavía en si hay subsidios o "dumping" en la competencia con ellos. Por más que tenemos la convicción -reitero- de que el Estado no debe ser un factor determinante en el desarrollo de esas cosas, sí debe serlo donde se identifica que se necesita mayor accionar del Estado. Entonces, elaboramos una serie de variables o criterios para identificar a esos sectores cuando crucemos la información. Se trata de visualizar sectores en los que nos parece que es necesario el fomento de la competencia y ver si son autosustentables para no cometer el viejo error de ir a sectores con problemas no subsanables. Además, debemos tener en cuenta la contribución a la generación de empleo que pueda brindar ese sector, ya que eso nos parece importante en estos momentos. También debemos observar a los sectores exportadores y, en especial, aquellos que sin afectar nuestros compromisos con el MERCOSUR también nos permitan crecer en otros mercados, así como los que, principalmente, sumen valor agregado a la materia prima que produce el país.

Visualizando a largo plazo-, hoy los dueños de los mercados son los que están marcando la regla. Quizás va a llegar el día en que el dueño de la materia prima tenga un mayor peso, una mayor importancia en la balanza de las negociaciones. La idea es que tengamos un rumbo hacia dónde dirigirnos en esos sectores a los que especialmente les estamos prestando mayor atención; hemos conformado un grupo de trabajo, hemos invitado a los privados y estamos tratando de ponernos de acuerdo con esas cosas. Reitero, no es algo solamente para este período de Gobierno, sino pensado en el largo plazo para que el trabajo quede.

Debemos tener presentes algunos datos: hoy en día el 70% del comercio mundial es de bienes manufacturados; solamente el 30% es de bienes primarios. Es decir, vamos a priorizar el uso de los primeros para tener crecimiento en los segundos. Creo que en esto, en el Ministerio de Industria, Energía y Minería tampoco podemos dejar de mencionar "MERCOSUR sí o no", sin entrar en polémicas. Creemos que el MERCOSUR es una obvia necesidad del país, pero nos parece que el país siempre debe plantearse una multiplicidad de escenarios; debe plantearse el escenario del MERCOSUR, pero también el de la Unión Europea, el de México, el del ALCA, el de Estados Unidos, el de Perú, y todos los escenarios posibles, no porque vaya a ir a todos esos escenarios, pero si uno comete la imprudencia de decir "el único escenario al que me juego es este", quienes están en ese escenario automáticamente nos van a fijar las reglas de juego y las condiciones.

En ese sentido, a mí siempre me ha provocado preocupación -y creo que también a esta Comisión- un discurso que no le he escuchado a los actuales funcionarios del Gobierno de Brasil, pero que sí le había escuchado a los anteriores funcionarios, cuando hablaban de la cadena productiva y de la competitividad en el MERCOSUR: "Bueno, estudiemos la cadena productiva; veamos en qué parte cada uno es más competitivo y donde es más competitivo instalemos esa fase de la cadena productiva en ese lugar". A mi juicio, ese concepto llevaba a que nosotros nunca fuéramos importantes en la cadena productiva. Es muy claro, quizás, el ejemplo de la cerveza: como Uruguay no tiene mercado suficiente como para producir cerveza y envasar en lata, porque los otros mercados son más grandes, entonces, instalemos las fábricas cerca de donde están los mercados más grandes y dejemos acá las plantas de maltas, pero el día que estén todas las fábricas de cerveza allá, llevemos las plantas de malta para allá también. ¿Y nosotros acá qué hacemos? Y ustedes planten cebada, que es muy buena. ¿Y quién trabaja? La gente de allá, no la de acá; trabaja la gente que está en las plantas en Brasil, y no la de acá. Creo que esas políticas son asimetrías que existen en el MERCOSUR y que no podemos aceptar ni por un instante

En el último viaje del señor Presidente de la República a Brasilia en el cual lo acompañé, expresamente se incluyó en la declaración de los dos Presidentes este concepto: que cadenas productivas sí, pero atendiendo a cada país y su realidad, porque de lo contrario esos conceptos son más para los que ya tienen y menos para los que tenemos menos. Ahora, si decimos de antemano: "Vamos a ir únicamente a este acuerdo", automáticamente nos van a decir: "Es esto o nada" y nosotros, como ya dijimos de antemano que íbamos a ir solamente ahí, no vamos a tener qué tomar. En cambio, si nos planteamos una multiplicidad de escenarios y dejamos abiertas todas las puertas -me parece que es lo adecuado, que es lo que hay que hacer-, siempre podremos decir: "Si usted no me da esto que necesito, mire que me puedo ir a este otro".

Por eso me parece muy importante profundizar aun más las negociaciones con México, como se está profundizando el acuerdo comercial ACE 5 de 1999 en estos momentos, porque creo que es una política de responsabilidad en materia industrial. Además, es una política que está tendiendo claramente a lo que es la generación de empleo.

No quiero entrar en temas de monopolios porque creo que quizás generaría un debate que no es el objeto de esta reunión, pero las situaciones monopólicas y la aplicación de las normas sobre distorsión de competencia y su profundización es muy importante. Los señores Diputados habrán visto las noticias hace muy pocos días; el Gobierno brasileño está pensando en bajar los aranceles a la cerveza en el MERCOSUR para que le genere competencia a sus propias empresas, lo cual puede ser muy bueno pero, automáticamente, sus propias empresas se van a reciclar, van a ser más eficientes, van a poder competir por su tamaño, y todas las fábricas de acá van a tener que cerrar al día siguiente porque no van a aguantar la competencia de los que vengan de afuera y les vamos a terminar comprando a los que son eficientes dentro del MERCOSUR. Todas estas asimetrías apuntan a lo que hablé en un principio: tiene que haber competencia pero en igualdad de condiciones y cuando uno dice "MERCOSUR sí o sí, a toda costa", tiene que decirlo en la medida en que nos den lo que nosotros entendemos que necesitamos para estar en el MERCOSUR. Eso, a mi juicio, parece ser bastante sensato.

Puedo dar a la Comisión algunas cifras en lo que refiere a las exportaciones uruguayas, que han tenido en los primeros seis meses de este año con respecto a los primeros seis meses del año pasado un aumento del 8% y estimamos que seguirá habiendo un aumento cada vez mayor. En el mes de junio hubo un aumento de las exportaciones hacia Argentina, lo que es revertir una tendencia porque en los primeros meses del año había sido una clara tendencia a la baja.

SEÑOR PRESIDENTE.- ¿Cuál es el orden de los incrementos de las exportaciones de junio?

SEÑOR MINISTRO DE INDUSTRIA, ENERGÍA Y MINERÍA.- En el mes de junio hubo un aumento de las exportaciones a Argentina. Este aumento fue menor al de los meses anteriores. En los primeros seis meses del año, el aumento de las exportaciones a Argentina fue del 25% y el mes de junio, donde alcanzó un porcentaje menor a los anteriores, fue del 16%, a diferencia de las exportaciones a Brasil, que si bien aumentaron en el mes de junio, el aumento fue solo de un 2%; a pesar de que las exportaciones a ese país aumentaron en el mes de junio, en los primeros siete meses bajaron un 7%.

También están las exportaciones que se hacen a la Unión Europea y a los Estados Unidos, que son un obvio reflejo en lo que hace a la competitividad del país. Estos informes se los puedo dejar a la Comisión, son públicos; los hace el área económica de la Dirección Nacional de Industrias todos los meses. Si la Comisión lo desea, se los podemos enviar sin ningún tipo de problema.

SEÑOR PRESIDENTE.- Se lo agradeceríamos.

SEÑOR BENTANCOR.- Quiero referirme a dos o tres temas que hemos estado conversando en esta Comisión.

Uno de ellos tiene que ver con las empresas públicas. En algún momento de la pasada Rendición de Cuentas este legislador planteó como aspiración que se considerara la posibilidad de que las empresas públicas pudieran ser tomadas como grandes locomotoras de empuje de sectores de actividad afines, partiendo de las cuatro o cinco empresas públicas más importantes que tiene el país. Por ejemplo, en el caso de ANCAP,

pensamos que esta empresa perfectamente podría ser la que tirara de la locomotora que tiene que ver con la metalurgia u otros insumos que básicamente utiliza.

En UTE hay experiencias concretas de algunas empresas nacionales que han hecho una reconversión, como la empresa MAK, de generadores eléctricos. Asimismo, ahora existe la posibilidad de que ALUR siga por ese camino. En el caso de OSE podría suceder algo similar con respecto a las plantas potabilizadoras de agua.

Es decir que creo que se debería sistematizar lo que hoy está dándose de hecho, pero con respecto a lo cual no existe -al menos no sabemos que sea así- una definición estratégica a fin de que, más allá de la discusión que se planteaba sobre lo público y lo privado, las grandes empresas públicas que hoy tiene el país ayudaran a liderar ese empuje que se está necesitando, por un lado, y, por otro, que para su consumo utilizaran productos nacionales. Eso también ha sido analizado en esta Comisión. Sabemos que hay una gran cantidad de emprendimientos que encontrarían en las empresas públicas la posibilidad de colocar sus productos. Obviamente, no estamos planteando un costo excesivo para las empresas públicas, sino que a igualdad de condiciones se dé un trato preferencial a aquello que se haga en Uruguay.

De hecho, esta Comisión hizo circular en las empresas públicas una solicitud de informes acerca de los insumos de distintos rubros cuya adquisición pudiera hacerse en el país.

Por ejemplo, ahora estamos expectantes por el desarrollo que pueda tener el reintegro a la actividad de la empresa FUNSA. Sabemos que las cubiertas que puede producir son de muy buena calidad, ya que FUNSA está muy bien dotada desde el punto de vista de la capacidad instalada y de la modernidad de su fábrica. Por lo tanto, creemos que bien valdría la pena analizar si el requerimiento de cubiertas de estas grandes empresas públicas podría favorecer estos emprendimientos de carácter nacional.

Entonces, lo primero que quería dejar planteado como preocupación de la Comisión, es cómo manejar el tema de las empresas públicas en esa doble condición.

Otro de los asuntos al que quiero referirme es el relativo al MERCOSUR. Quizás, el señor Ministro ya ha dado sus puntos de vista. En lo personal, creemos que habría que hacer un trazado de rumbos. No me queda muy claro si se han definido los rumbos que tomará el país -creo que están siendo estudiados-, es decir, a qué dirección vamos a apuntar con respecto a la producción nacional. Creo que esto debería ser una política de Estado de largo plazo, de la cual deben participar todos los agentes productivos y los sectores políticos. Se debe definir cuál es el rumbo que tenemos como país, cuál es la política de Estado que queremos y hacia dónde apuntamos. Estamos en un mundo muy dinámico, en el que tal vez sea difícil trazar esos planes que el señor Ministro señalaba. A la velocidad que va el mundo, quizás, diez o quince años sea demasiado tiempo. De todas maneras, creemos en las bondades de un plan a largo plazo, tanto sea para capacitarnos y hacer estos planes de trabajo, como para capacitar a nuestra gente a la que muchas veces se está reciclando y sometiendo a una nueva frustración; de pronto, la estamos capacitando para eventuales posibilidades de inserción en un rumbo industrial que luego no termina de concretarse.

De manera que creemos en las bondades de la posibilidad de establecer alguna instancia en la que participemos todos; por cierto, creo que está muy bien consultar a los empresarios. Con respecto al Estado, soy abarcativo en el sentido de que deberíamos tener políticas de Estado, por lo que se supone que no debo abundar demasiado. En lo personal, creo en las cadenas productivas, porque me parece que son importantes, por cierto, también a nivel nacional. No se ha explicitado acá, pero creo que todos estamos de acuerdo con que ya hemos salido de lo que es la mera pretensión de los uruguayos de ser exportadores de materia prima. Creemos que el valor agregado más importante que pueden tener nuestros productos es la mano de obra de nuestra gente. Por lo tanto, confiamos en que se pueda avanzar en el trabajo de lo que tiene que ver con la cadena productiva y sacar a los productos primarios todos los frutos que sea posible en el país, a fin de realmente contribuir a crear una cantidad importante de puestos de trabajo.

(Ocupa la Presidencia la señora Representante Nora Castro)

——Por otro lado, a nivel internacional también vemos que en una situación ordenada, en esta etapa de relanzamiento del MERCOSUR, bien podríamos pensar en participar de la cadena productiva con nuestra cuota. Por ejemplo, así lo hicimos en algún momento con el sector de las autopartes. No pretendemos -por lo menos por el momento- dedicarnos a la fabricación de coches enteros, pero

podemos ensamblarlos y lo hacemos con la mejor calidad. También podemos fabricar autopartes y neumáticos.

De manera que entendemos que también en el MERCOSUR pueden abrirse nuevos caminos, a partir de las nuevas situaciones que se han creado, de este nuevo impulso que se le ha dado, que tal vez tenga que ver con que hay Gobiernos nuevos, por aquello de que escoba nueva siempre barre bien. Desde nuestro punto de vista, se le ha dado un nuevo sesgo; nos parece que hay una consideración de Uruguay un tanto distinta a la de hace un tiempo. Sin perjuicio de apuntar también al resto del mundo, esperamos que el MERCOSUR pueda consolidarse como una rampa de lanzamiento más importante para esa inserción de Uruguay en el mundo.

Pido disculpas por lo desordenado del planteo. Simplemente, quería intercambiar algunas ideas con el señor Ministro.

SEÑOR MINISTRO DE INDUSTRIA, ENERGÍA Y MINERÍA.- El planteo no me pareció desordenado.

Voy a ser muy honesto: no conocía la opinión del señor Diputado Bentancor sobre las empresas públicas, ni lo que se señaló al respecto en el momento de la Rendición de Cuentas, porque en ese entonces yo no era Ministro de Industria, Energía y Minería. He tomado nota de esto.

SEÑOR BENTANCOR.- Ahora eso es patrimonio de la Comisión. Manifestamos nuestra opinión y la Comisión la ha hecho suya, no sé si en forma mayoritaria o unánime. Nos pareció importante, una cuestión a explorar.

SEÑOR MINISTRO DE TURISMO.- En ese sentido hay cosas concretas que están haciendo las empresas públicas. Obviamente, sus Directorios tienen una dependencia de actuación constitucional.

En el caso de UTE, la construcción de una central de ciclo combinado a gas es realmente algo que tiene que ser muy motorizante, teniendo en cuenta el monto de inversión y lo que significa en reserva, para no tener que ser respaldados por centrales a fuel oil o gasoil.

UTE también está negociando una tarifa con una empresa para que se instale en Durazno o en Soriano, lo que es también motorizante, por cuanto está actuando no con la mera forma de actuar diciendo: "esta es la tarifa", sino que está viendo que este va a ser el cliente principal de energía eléctrica y le puede asegurar una tarifa durante equis cantidad de años. Está haciendo el negocio por ese lado.

Hemos tenido una tarde tan amena de discusión, que me voy a saltear ANCAP, porque vamos a entrar en una discusión y creo que este no es el lugar.

En lo que refiere a las compras gubernamentales, debo decir que las estamos siguiendo muy de cerca, entre otros motivos porque muchas negociaciones internacionales nos están pidiendo que eliminemos las preferencias en las compras gubernamentales y no hemos accedido. Agradezco que hayan mencionado este tema porque se nos pone arriba de la mesa a cada rato, sobre todo en las negociaciones que estamos llevando adelante con México.

El señor Diputado habló de FUNSA; yo puedo mencionar a SUDAMTEX. En ese sentido, no me parece que deba hablar de las negociaciones que se están llevando a cabo en ambos casos, pero sí destacar la forma en que se está trabajando. Hay una cantidad de gente involucrada en estos temas en busca del mismo objetivo. En el caso de FUNSA, el sindicato, la Dirección Nacional de Industrias y el propio Ministerio de Trabajo y Seguridad Social están trabajando para buscar una solución. Hoy a las 6 de la tarde teníamos una reunión -fue suspendida por el economista Juan Manuel Rodríguez- con dos interesados que quieren invertir. Vamos a seguir trabajando así sin salir mucho en la prensa.

(Ocupa la Presidencia el señor Representante Falero)

——En el caso de SUDAMTEX se ha logrado algo bastante inédito. Los bancos acreedores prendarios e hipotecarios de la planta -entre ellos el Banco de la República y otros privados-, la Liga de Defensa Comercial, que representa a la Jueza de concurso, el Ministerio de Industria, a través de la Dirección Nacional de Industria y el sindicato, nos sentamos a escuchar propuestas y contraofertas. Estamos todos alrededor de una mesa atendiendo y evaluando juntos a los oferentes, buscando a alguien que abra la empresa con una propuesta viable -para que dentro de un año y medio o dos no vuelva a cerrar-, que pague la mayor cantidad de dinero a los bancos por sus créditos, que tome la mayor cantidad de gente y genere la mayor cantidad de empleo. Ayer recibimos al segundo interesado. Ahora les estamos armando una contrapropuesta a los dos.

Estamos trabajando juntos y creo que esa es la única forma de trabajar. Es bueno que hayan interesados en estas empresas. Hace un año y medio, dos o tres, se decía que se cerraban; ahora, estamos interesados en abrirlas y las estamos atendiendo juntos. Esa es la gran enseñanza que nos ha dejado esta crisis. Podemos discutir sobre el monopolio o sobre ANCAP, pero cuando llega el momento de tratar estos temas que generan empleo y riqueza, tenemos que estar todos juntos. Podemos estar juntos; dejemos los debates para este lugar, pero cuando salimos trabajemos todos. Me parece que esto es lo que nos han dejado estos años difíciles.

En relación al MERCOSUR, el gran tema de hoy en día en todas las negociaciones internacionales es lo cambiante del mundo, lo rápido que se cambian las decisiones, cómo pasamos de una a otra cosa rápidamente y cómo afecta la devaluación de la moneda. En la Unión Europea, Alemania está pidiendo una exención en materia de su moneda; Francia está atrás de eso también. Son cosas que cambian todos los días. A veces, si uno anuncia en los diarios lo que va a hacer, el otro le saca una ventaja enorme.

Creo en la coordinación entre todos; creo tenerla. En mi caso, la tengo con el sector privado, con los Ministerios de Relaciones Exteriores y de Economía y Finanzas. Obviamente, con el Presidente de la República no tengo coordinación sino que obedezco órdenes.

En cuanto a las cadenas productivas, debo decir que estoy de acuerdo con ellas. Pero no estoy de acuerdo con que la parte más grande, más gruesa y beneficiosa de la cadena productiva se la lleve otro. Con eso no estoy de acuerdo.

Creo que el señor Diputado puso un ejemplo bárbaro. Hay una fábrica en San José especializada en hacer asientos de cuero para coches de lujo. Esta empresa se dedica solo a eso, fabrica la cantidad suficiente y está en la cadena productiva. Pero, si tengo muchas fábricas acá de algo y las vamos a tener que cerrar para que se vayan a otro lado... Ahí es cuando empiezan las asimetrías

Pero el problema es no aceptar la posición cómoda a que hice referencia al principio. ¡Cuánto más fácil es decir: "Aquí no entra nadie, cadena productiva no, hacemos todo, lo hacemos mal, pagamos peor, no tenemos mercado y somos un desastre". Tampoco queremos la otra posición de que venga cualquiera y el otro se vaya adonde quiera, entonces nosotros compramos mejor. Aquí escuchamos aquello de que el beneficiado iba a ser el consumidor, porque iba a comprar más barato. Entonces, la gente se compró el televisor, el auto y viajó bastante. Decían: "Che, qué barato! ¿Viste lo que te cuesta ir a Brasil?" ¿Qué pasó? Los consumidores andaban bien hasta que arrasamos con ellos, porque arrasamos con el agro, la industria y con todo. Llegamos a decir que los que estaban en el basalto, en el agro, no tenían ningún futuro, y que se olvidaran de los campos. Y sí, con atraso cambiario es así.

Lástima que no traje la declaración que firmaron los Presidentes Lula y Batlle en Brasilia. Allí se aceptaron las cadenas productiva pero respetando el valor y las diferencias de cada país. Si no, nos convertimos en sembradores de cebada. Como dicen en el campo: trabajamos de trueno pero la llovida es para el de al lado.

SEÑOR PRESIDENTE.- Agradecemos la presencia de los señores Ministro y Subsecretario y de la señora asesora.

Seguramente, en alguna otra instancia, en forma epistolar o personal, intercambiaremos opiniones. Este es uno de los grandes temas que el país tiene por delante, es decir, tratar de generar la mayor fuente de empleo y, fundamentalmente, recuperar su producción y su parque industrial.

Se levanta la reunión.